



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Value for *Canadians*



ANNUAL REPORT 2003-2004



Protecting Consumers



Informing Canadians

Canada

Our mission

The Financial Consumer Agency of Canada is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.

Contact information

To request additional information, make comments or obtain copies of this publication, please contact the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

Telephone 1-866-461-3222 (toll-free)
(Consumer Contact Centre)

Fax 1-866-814-2224 (toll-free)

E-mail

for information info@fcac.gc.ca

for publications pub@fcac.gc.ca

for media requests media@fcac.gc.ca

Web site www.fcac.gc.ca

Postal address
Financial Consumer Agency of Canada
Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No.: FC1-2004

ISBN: 0-662-68255-6



Contents

<i>Letter from the Commissioner</i>	3
<i>The year in review</i>	
Overview	7
Consumer Education and Public Affairs Branch	9
Compliance and Industry Relations Branch	19
<i>Value for Canadians</i>	
Issues that concern Canadians	25
Addressing Canadians' concerns	35
FCAC's operations	37
FCAC's performance	41
<i>List of charts and figures</i>	45
<i>Financial statements</i>	46
<i>Appendixes</i>	
A: Glossary	59
B: Consumer provisions and regulations	62
C: Status of the regulations	64
D: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC	66



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Enterprise Building
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

September 22, 2004

The Honourable Ralph E. Goodale, P.C., M.P.
Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0M6

Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period from April 1, 2003, to March 31, 2004, its second full year of operations.

Yours truly,

William G. Knight
Commissioner

cc: The Honourable John McKay, P.C., M.P.
Parliamentary Secretary to the Minister of Finance

Canada



Letter from the *Commissioner*

The Financial Consumer Agency of Canada has now completed its second full year of operations. For us, the highlight of this year was undoubtedly the implementation of the Access to Basic Banking Services Regulations on September 30, 2003. These regulations established the legal right of Canadians to have access to basic banking services, including the right to a personal deposit account.

The new regulations now give the Agency the complete legislative authority to fulfil its mandate, which is to inform Canadians about their rights and responsibilities in the financial marketplace, and to supervise financial institutions in order to ensure that they meet their obligations to consumers. By carrying out its mandate and enforcing the new regulations, the Financial Consumer Agency of Canada provides value for both Canadians and the marketplace.

The evidence of this value is compelling. The Agency's activities are driven largely by a steadily increasing consumer demand for our services, a clear indication that Canadians are eager to obtain the help and information we offer them.

During 2003-04, requests for our print publications nearly doubled from the previous year, and there was an almost fivefold increase in downloads of electronic publications from the Agency's Web site.

The Financial Consumer Agency of Canada's relationship with Canadians provides an early warning system that alerts us to potential problems involving regulations or voluntary codes of conduct. As a result, we can take a proactive approach to such problems, dealing with them before they affect large numbers of people. This adds significantly to the value provided by the Agency since a Commissioner's decision in a single case can affect the financial situations of tens, or even hundreds, of thousands of Canadians.

During 2003-04, I made numerous decisions that demonstrated the Agency's vigorous enforcement of the regulations. Canadians expect a fair and competitive marketplace, and my decisions have reflected the Financial Consumer Agency of Canada's commitment to Canadian consumers.

Decisions during the past year touched on a number of important consumer rights and issues, including:

- coercive tied selling;
- failure to accurately disclose the cost of borrowing;
- failure to disclose credit card interest rates;
- failure to disclose mortgage rates;
- failure to display notices of charges; and
- failure to provide notice of branch closure.

My decisions resulted in the issue of numerous Letters of Reprimand, Compliance Agreements, Notices of Violation and an Administrative Monetary Penalty of \$50,000 (which is currently under appeal).

During the fiscal year 2004-05, our primary focus will be on compliance. We will strictly enforce the *Access to Basic Banking Services Regulations*. We will let consumers and financial institutions know that Canadians have the right to basic banking services, and that these rights must be respected.

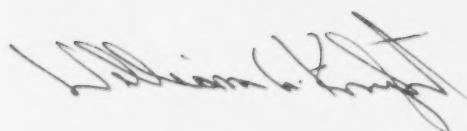
At the same time, our enforcement of the regulations will be transparent. If we identify a violation that could have a far-reaching effect on consumers, we will inform the public as soon as a Commissioner's decision is final.

We will also continue to build partnerships that can help us reach Canadians and ensure that they recognize their entitlement to basic banking services. Among other initiatives, we will be working with organizations that seek to help vulnerable Canadians, especially those with lower literacy skills. In addition, we will be looking into the problems related to the obligations that banks have toward small businesses.

As I look back on what we achieved during 2003-04, I am impressed and delighted by the positive response of thousands of Canadians to the Agency's efforts. Their willingness to bring their concerns to our attention has contributed enormously to our success in fulfilling our mandate. A strong partnership has developed between the Financial Consumer Agency of Canada and Canadians; this is one of our major achievements.

I wish to thank our many other partners and stakeholders, including the financial institutions we regulate, for their valuable contributions to creating a better financial marketplace for both industry and consumers.

In closing, I would like to acknowledge the outstanding work of the Agency's experienced, energetic and innovative staff during the past year. Without the dedication they have shown to the Financial Consumer Agency of Canada and its mission, our success would not have been possible.



William G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada





The year in **review**

Overview

Canadians want to make their own choices about their financial affairs. At the same time, they see the importance of government supervision of financial institutions to ensure consumer protection. The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is of notable value to Canadians because we help satisfy both needs.

At FCAC, our vision is a fair and competitive financial marketplace in which Canadians can easily obtain reliable, objective information to help them make informed financial decisions. We also believe in a marketplace where financial institutions meet their obligations to consumers, where transparency is the rule rather than the exception, and where non-compliance is dealt with swiftly and effectively.

The mandate of the Agency, along with the way in which it fulfils its mission of informing and protecting consumers, distinguishes it sharply from the mediation or ombudsperson services offered by the banks and other financial institutions. Such services are based solely on complaints received. They come into play after a consumer has encountered problems with the institution, and they respond to the specific consumer's situation. In contrast, FCAC's strategy is more proactive. We work to identify potential problems before they arise and then take pre-emptive measures to keep them from affecting large numbers of people.

Helping Canadians make informed decisions

FCAC is a gateway to plain-language information that lets consumers know their rights and responsibilities in the financial marketplace clearly and definitively. Equipped with this information, consumers can choose the financial tools and strategies that best suit their needs.

The significant growth in consumer requests for our print and electronic publications demonstrates how successful we have been in this area. Our distribution of printed brochures and booklets has nearly doubled, from 50,115 items during 2002-03 to 91,381 items during 2003-04. Downloads of Web-based information materials rose from 45,616 in 2002-03 to 221,682 — an increase of almost 500 percent.

Listening to Canadians

FCAC is listening and responding to consumers. We create our consumer education materials to address trends in the inquiries and complaints that we receive; in this way we can pinpoint and fill information gaps in the marketplace. Consumers are proving to be eager for the information we offer. During 2003-04, consumers contacted us a total of 17,880 times, compared with 14,505 times in 2002-03.

Improving the financial marketplace

FCAC is setting standards that improve the financial marketplace. We are moving toward greater transparency and disclosure, and are working with financial institutions to make sure that they provide complete, accurate and understandable information to consumers. We are also taking measures to ensure that the compliance framework we have put in place with the financial institutions is up to date.

Internally, we are setting standards for our own service performance. The results have been excellent: according to an independent survey carried out in late 2003, consumer satisfaction with FCAC is very high. Nearly 9 out of 10 survey respondents who used our Consumer Contact Centre felt that the staff they dealt with performed their jobs very well.



Consumer Education and Public Affairs Branch

Informing Canadians

During 2003-04, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch concentrated on increasing Canadians' awareness of the new banking access regulations and advising consumers about how they can obtain information that will help them make wise financial choices.

Information products and tools for Canadians

In 2003-04, the Branch greatly expanded efforts to distribute consumer information material to various audiences, including consumers, consumer groups, Parliamentarians, libraries and financial institutions.

Consumer guides

The Branch's two consumer guides, *Credit Cards and You* and the *Cost of Banking Guide*, continued to be in high demand during 2003-04.

• *Credit Cards and You*

The Branch published two issues of this very popular guide in the past fiscal year. To make it as easy as possible to use, the publication was redesigned in January 2004 as a kit containing four plain-language booklets and 10 tables

describing different types of credit cards. The kit also includes an interactive worksheet that consumers can use when shopping for a credit card, plus a glossary of credit card terms.

The four booklets in the kit are:

- *Getting the Most from Your Credit Card: Understanding the Terms and Conditions*
- *Your Rights and Responsibilities: The Cost of Borrowing with a Credit Card*
- *Managing Your Money: How to Save with a Credit Card*
- *Playing it Safe: How to Protect Your Credit Card and Credit History*

The 10 tables compare the features and fees of different credit cards, such as standard and low-rate cards, student cards, secured cards, and gold or platinum cards.

• *Cost of Banking Guide*

This user-friendly guide describes virtually all the banking service packages available from 14 Canadian financial institutions. It helps consumers compare the packages and choose the one that best suits their needs.

The interactive guide was designed in both Web and easy-to-use print formats. Both versions include information about student, youth, seniors' and low-fee accounts, and they provide tips and information to help consumers reduce their monthly banking fees.

Brochures and booklets

In its ongoing effort to promote awareness of the obligations of financial institutions and the responsibilities of consumers, FCAC published several new brochures and booklets:

- *Opening a Personal Bank Account*
- *Cashing Your Government of Canada Cheque for Free*
- *Your Rights and Responsibilities: What you should know when you open a bank account*
- *Considering an Investment Product Tied to the Stock Market's Performance? What you should know about index-linked deposits sold in Canada*
- *What you should know if your branch closes*

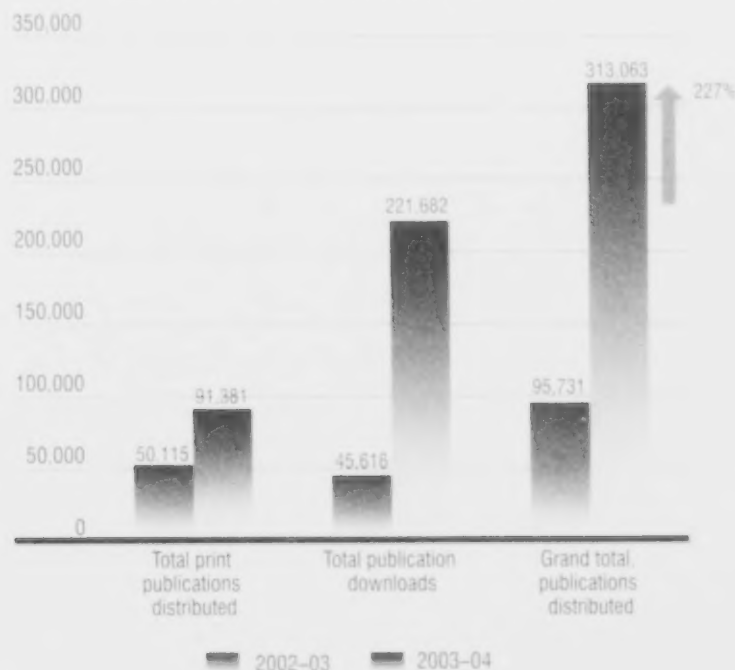
FCAC continued to distribute four previously published brochures, in both print and electronic format:

- *Protecting your interests*
- *Working to educate and protect consumers*
- *A new approach to helping consumers*
- *What you don't know can affect you*

The Branch also produced a new outreach poster to inform consumers about FCAC. Copies were distributed across Canada through various FCAC outreach partners (see "Outreach initiatives," p. 14).

Chart 1 shows the dramatic increase in the number of publications distributed by FCAC in print and through downloads from its Web site. The volume rose by a startling 227 percent in the past fiscal year.

Chart 1: Distribution of FCAC publications



Understanding the needs of lower-income, lower-literacy Canadians

To fulfil its mandate of protecting and informing consumers, FCAC must ensure that they fully understand the information given to them by the Agency.

During 2003-04, FCAC conducted several focus groups with lower-income and lower-literacy consumers to find out how they reacted to the Agency's basic printed consumer-education materials. English- and French-speaking participants in Saint John, Montréal, Toronto and Vancouver viewed two FCAC publications — *Opening a personal bank account* and *Cashing your Government of Canada cheque for free*. The materials were written in plain language. Each publication was presented in three formats: as a brochure, a booklet and an information sheet.

The focus groups helped the Agency understand how these consumers use and comprehend its materials, and how the information can be made more accessible to them. The data obtained will be invaluable in the future development of materials for this audience. As a first step, we will revise the test brochures to incorporate lessons learned.

As the focus group exercise demonstrates, FCAC wants as many Canadians as possible to understand its publications. In pursuit of this goal, FCAC has established an editorial board to review specific publications and ensure that they meet plain-language standards.

We have been working as well with the Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. This organization has helped us assess the literacy levels of

our publications and has provided recommendations on how to make them more accessible to lower-literacy consumers.

Web site resources

The most frequently visited part of the FCAC Web site was the "For Consumers" section, followed by "Publications" and "Compliance Information."

During the past year, the site averaged close to 700 visitors per day, nearly double the daily average for the previous year. There were over 250,000 visits to the Web site during 2003-04, up from approximately 132,000 in 2002-03 (see Chart 2, p. 12).

Since the launch of FCAC's Web site in October 2001, there has been a steady rise in the number of visits per month (see Chart 3, p. 12). The peak month in the past fiscal year was January 2004, with 32,555 visits following the launch of the redesigned *Credit Cards and You*.

The documents and tools most often requested through the Web site in 2003-04 were *Credit Cards and You*, the *Cost of Banking Guide*, the *Annual Report* and the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*. There were 221,682 downloads of FCAC publications from the site, nearly five times the figure for 2002-03.

FCAC's Web-based resources are described in the following sections.

Commissioner's decisions

Since fall 2003, FCAC has posted on its Web site the final decisions made by the Commissioner on compliance cases involving a violation of the regulations or non-adherence to a code of conduct or public commitment. By making the decisions public, FCAC is meeting its objective of transparency and disclosure.

Chart 2: FCAC Web site usage

	Fiscal year		
	2001-02 ¹	2002-03	2003-04
Number of visits	54,718	132,197	254,884
Average number of visits per day	150	362	686
Average length of session (in minutes)	00:18:27	00:13:28	00:11:51
Median length of time per visit (in minutes)	00:09:14	00:02:23	00:02:33
New interactive tools and quizzes			Number of visits
			2003-04
Reprints and Research Reports	1,812		
2003-04 (100%)	100%		
Message board	10		
2003-04 (100%)	100%		
TOTAL VISITS, INTERACTIVE TOOLS AND QUIZZES			21,347

¹ Sample of visits² Average length of time per visit³ Median length of time per visit⁴ Sample of visits

Chart 3: FCAC Web site visits per month, since launch

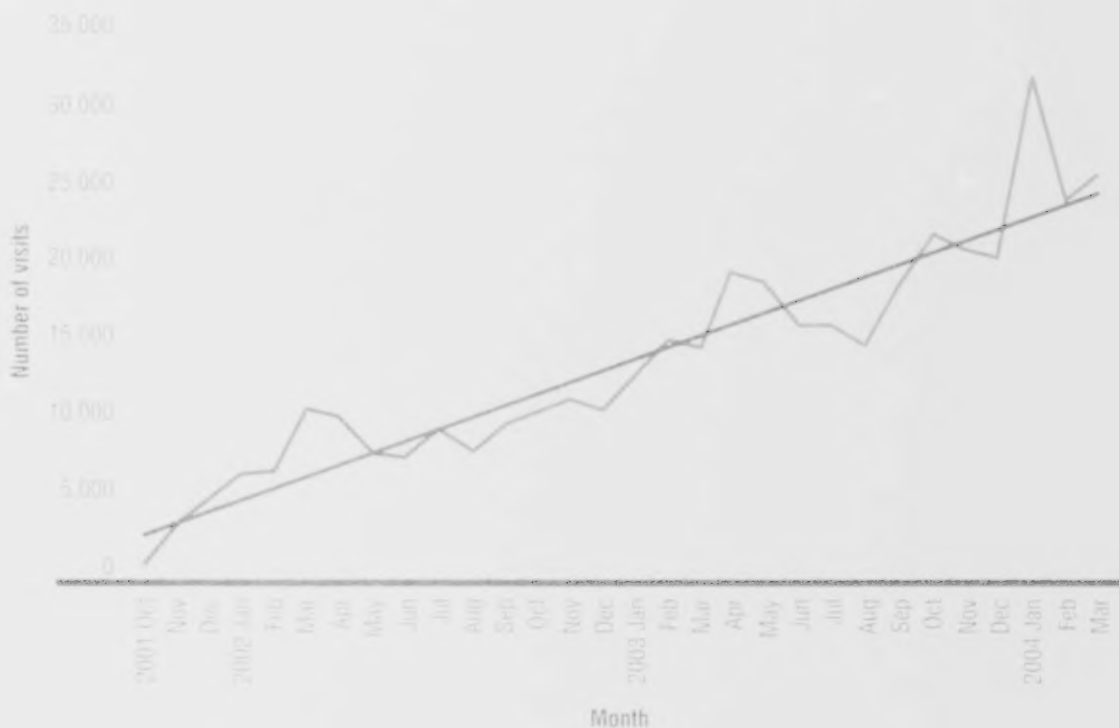


Chart 2: FCAC Web site usage

	Fiscal year		
	2001-02 ¹	2002-03	2003-04
Number of visits ²	34,718	132,197	254,854
Average number of visits per day	190	362	696
Average length of time per visit (minutes) ³	00:16:27	00:13:38	00:11:51
Median length of time per visit (minutes) ⁴	00:02:14	00:02:23	00:02:33
New interactive tools and quizzes			
			Number of visits, 2003-04
Rights and Responsibilities Quiz			3,412
Credit Card Quiz			3,181
Mortgage Quiz			10
Cost of Banking tool			14,744
TOTAL VISITS, INTERACTIVE TOOLS AND QUIZZES			21,347

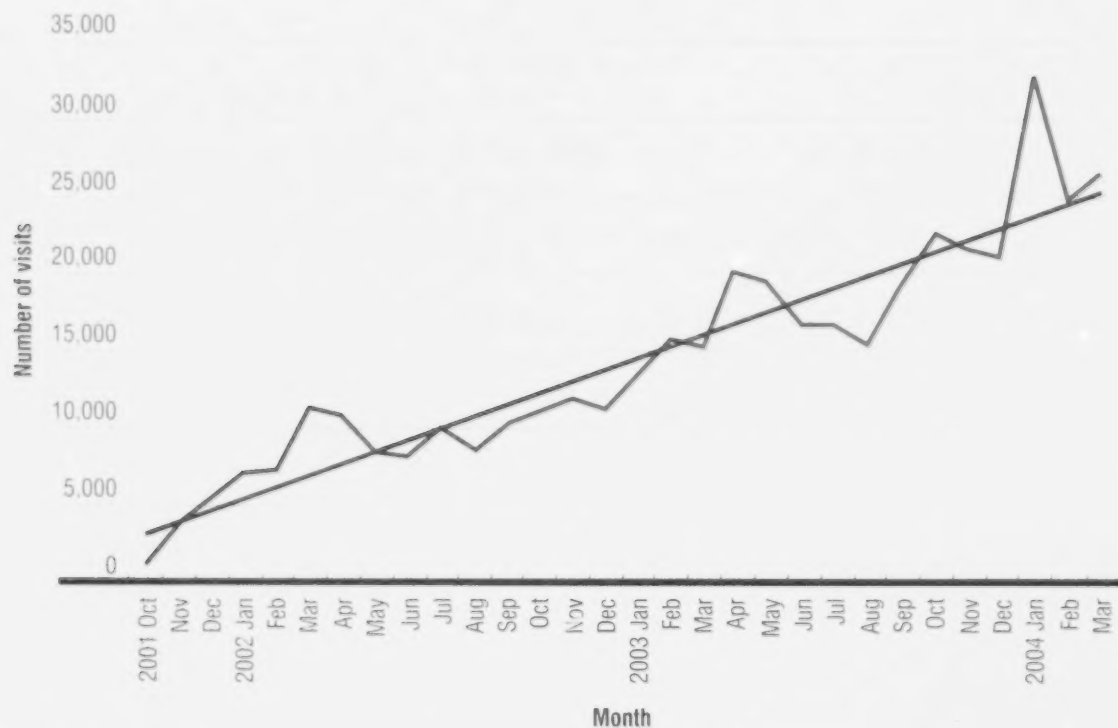
1. Figures are for the period of 57 months from the opening of the Agency on October 14, 2001, to March 31, 2002.

2. The **number of visits** is the total number of times that visitors came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than the idle-time limit, it is assumed that the visit has been voluntarily terminated. If the visitor continues to browse the site after reaching the idle-time limit, a new visit is counted. The default idle-time limit is 30 minutes.

3. The **average length of time per visit** is the total time spent on the site divided by the total number of visits.

4. The **median length of time per visit** is the midpoint at which half the visit lengths are longer and half are shorter. This number is often closer to the typical visit length than is the average visit length.

Chart 3: FCAC Web site visits per month, since launch



Web-only guides and updates

• *ABM Fee Updates*

The Consumer Education and Public Affairs Branch continued its research on automated banking machine (ABM) fees and produced a consumer update on fees for ABM cash withdrawals.

• *Mortgage Facts and Tips*

This is a mortgage guide for consumers, covering:

- what consumers should know before applying for a mortgage;
- consumers' responsibilities related to mortgages;
- consumers' federal rights related to mortgages;
- what consumers should know after applying for a mortgage;
- the terms and conditions of mortgages; and
- ways of paying off a mortgage more quickly.

• *Protecting Yourself Against Debit Card Fraud*

This brochure, which was developed jointly with Industry Canada, is available both from that department's Web site and through a link from the FCAC Web site. It tells consumers what to do if they fall victim to debit card fraud and provides information about liability issues.

FCAC will provide access to an updated version of the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services as soon as amendments to the existing industry code come into force. FCAC is an observer on the Electronic Funds Transfer working group, which includes representatives of the federal government, provincial governments, financial institutions and industry. The group meets to review the code and make amendments, where warranted; the aim is to ensure that the code protects consumers and reflects current market practices.

• *Low-Cost Accounts*

This brochure describes the low-cost bank accounts available at eight Canadian financial institutions, and the features of each.

Interactive tools

• *Cost of Banking Guide*

Regularly updated, this guide allows users to enter their geographic location and consumer category. Once they do this, the guide tells them what banking service packages are available in their region for their particular needs. They can then compare packages and choose the one that suits them best.

• *Mortgage calculators*

During 2003–04, FCAC developed a Web-based mortgage calculator. The new Mortgage Qualifier Calculator:

- helps consumers determine whether they qualify for the home they want to buy, on the basis of their current income and debt levels;
- outlines how lenders calculate the ratios that help them decide whether a consumer qualifies for a mortgage; and
- provides tips for consumers on what to do if the calculator indicates that they do not qualify for a mortgage.

Quizzes

The Branch introduced two new interactive Web-based quizzes during 2003–04. The Credit Card Quiz and the Mortgage Quiz are plain-language products that help consumers learn about the quiz subject and their rights under federal law.

Questions and Answers

Located within the "For Consumers" section of the Web site, the "Questions and Answers" page is one of the most comprehensive databases of its kind in Canada, allowing consumers to search for financial information related to their particular interests. Nearly 7,000 visitors took advantage of this resource in 2003-04 — a very strong indicator of its success.

Outreach initiatives

FCAC is a small and relatively new organization. Outreach consequently is an extremely important part of our strategy to inform and protect Canadian consumers across the broadest possible economic, social and geographic spectrum.

The two most important factors in the dramatic success of our outreach program have been the unstinting help our partners gave us by distributing materials concerning the *Access to Basic Banking Services Regulations*, and the hard work of the FCAC outreach team coordinating the program. Nearly half the publications we distributed during 2003-04 were the two brochures created by FCAC to explain the regulations, which apply to opening personal bank accounts and cashing federal government cheques.

Protecting vulnerable Canadians

Canadians with lower incomes or lower levels of literacy were among the key groups targeted by FCAC's outreach efforts during 2003-04.

To help us reach them, we looked for partners such as federal departments and not-for-profit organizations that were serving similar clients and with which we could forge strategic alliances. One indicator of the scope of our outreach program is that through it we distributed nearly 68,000 booklets and brochures.

In addition, there were large numbers of people to whom we spoke at community-based information sessions, trade shows, schools and conferences.

Government

• *Human Resources Development Canada*

In August 2003, FCAC began a pilot project with the former Human Resources Development Canada (HRDC). This included displaying FCAC information materials in HRDC offices in Winnipeg and using them in HRDC community outreach activities in southern Manitoba.

The response was positive and hundreds of publications were distributed. The project came to the attention of Service Canada program managers at HRDC headquarters. As a result, Service Canada outlets across the country began to stock the FCAC brochures *Opening a Personal Bank Account* and *A new approach to helping consumers*. In March 2004, FCAC was the "Feature of the Month" at Service Canada outlets nationwide, and thousands of FCAC brochures were distributed.

• *Canada Revenue Agency*

The former Canada Customs and Revenue Agency, now the Canada Revenue Agency (CRA), has extensive outreach operations; an example is the Community Volunteer Income Tax Program, which helps lower-income Canadians complete their tax returns. In late 2003, FCAC approached the CRA with an outreach proposal; the result was that the CRA distributed thousands of FCAC brochures about the new *Access to Basic Banking Services Regulations*.

During 2004-05, FCAC will take part in another CRA program: Teaching Taxes provides materials to help 5,000 high school teachers educate students about Canada's tax system. Teachers will be invited to offer their students FCAC publications on credit cards and banking service packages that include information specifically for students.

• **Provincial ministries**

Late in 2003, FCAC made a special effort to reach out to all provincial ministries of social services. The reason was that the new banking access regulations may make it easier for lower-income Canadians to open bank accounts, to which their benefit payments could then be deposited directly. The goal was to place FCAC's basic information — especially the access-to-banking brochures — in all provincial social service offices.

FCAC also undertook outreach to provincial consumer affairs ministries. The aim was to ensure that there were complete and up-to-date reciprocal links on their Web sites and ours, and that their call centres had information about FCAC. These initiatives will continue in 2004-05.

Non-governmental organizations

FCAC has begun to develop partnerships with various non-governmental organizations (NGOs) that serve lower-income Canadians. These include not-for-profit credit counselling agencies and public legal education and legal aid providers, such as the Public Legal Education Association of Canada and the People's Law School in Vancouver. Once again the focus is on informing Canadians about their rights, especially those related to the banking access regulations.

For example, in a keynote address to the annual meeting of Credit Counselling Canada (CCC), the FCAC Commissioner expressed a desire for CCC and FCAC to work together to improve the financial literacy of less-educated and lower-income Canadians.

CCC members belong to provincial bodies, including the Ontario Association of Credit Counselling Services (OACCS). In October 2003, FCAC launched an initiative in which OACCS displayed FCAC brochures in its offices and used FCAC publications as resource materials. This initiative was expanded in early 2004 to include CCC members in Alberta, British Columbia, New Brunswick, and Newfoundland and Labrador.

FCAC also started exploring partnerships with NGOs that help immigrants. To draw on first-hand experience in reaching these groups, we contracted with an experienced financial educator of new Canadians to present four information sessions about FCAC to audiences in Toronto at the downtown YMCA and the Yorkdale Centre. A total of 230 people attended the sessions, which were very well received.

Trade shows

In 2003-04 the Consumer Education and Public Affairs Branch again was an exhibitor at the Financial Forum. This major financial-sector trade show attracted an estimated 6,000 visitors to its Toronto venue in January 2004, and an additional 3,000 visitors to its Vancouver venue in February. FCAC's booth was updated in 2003-04 to reflect our new corporate look, and was stocked with various FCAC publications and promotional items. The new booth and the distribution of information materials greatly enhanced the Agency's visibility at the Forum.

Briefing sessions

In January 2004, FCAC held its second annual round table with the leaders of Canada's major consumer groups, including:

- the Canadian Community Reinvestment Coalition;
- the Consumers Council of Canada;
- the Consumers' Association of Canada;
- Option consommateurs;
- the Public Interest Advocacy Centre; and
- the Union des consommateurs.

FCAC provided an analysis of trends and issues developing in the financial marketplace, and solicited participants' views and input on these subjects. We also briefed participants on our compliance operations, including the findings of FCAC's mystery shopping survey (see p. 19).

International initiatives

As part of its goal to keep abreast of international regulatory trends, FCAC continued to serve as the Secretariat for the International Forum on Financial Consumer Protection and Education, created in January 2003. The Forum now has 16 member agencies in 13 countries and includes the United Nations.

In November 2003, FCAC was pleased to welcome Verona Hanlon of the Irish Financial Services Regulatory Authority (the unitary regulatory body for all financial services in Ireland, including consumer issues), who visited Canada on an International Forum exchange.

Consumer services

Consumer Contact Centre

FCAC's Consumer Contact Centre is our major point of access for consumers. Nearly 87 percent of the Canadians who contact us do so through our toll-free numbers.

Contact Centre representatives answer questions and offer assistance in both official languages from 8:30 A.M. to 6:00 P.M. Eastern time, Monday through Friday. Callers may leave a message after hours, on weekends and on statutory holidays. Their messages are answered on the next business day.

Since consumers' first impression of FCAC comes from Contact Centre representatives, they must provide superior service. They are therefore trained to:

- be knowledgeable about all aspects of the Canadian financial services sector;
- be fully familiar with and able to explain the consumer provisions enforced by FCAC; and
- have detailed knowledge of the information in FCAC publications and on the Agency's Web site.

According to a late 2003 survey on consumer satisfaction with the Contact Centre, the inquiries officers give excellent service. For details of survey findings, see p. 43.

Correspondence

During 2003-04, consumers sent 2,013 letters and e-mail messages to FCAC. All correspondence is logged into the Agency's tracking system and passed to the Correspondence Unit, which acknowledges reception of each letter or e-mail.

A correspondence officer carefully checks whether the communication refers to a possible violation of the consumer provisions. If there appears to be a potential compliance issue, the file is given to a compliance officer for investigation. If the compliance officer decides there are no compliance issues involved, the file is returned to the correspondence officer for preparation of a reply.

The Correspondence Unit normally sends a letter in response to a letter, and an e-mail in response to an e-mail. However, if more information is required, or

the matter can perhaps be cleared up verbally, or the problem appears to be urgent, the officer may simply telephone the consumer. The resulting conversation will be followed up with either a confirmation letter or a note to the case file.

In their letters, FCAC correspondence officers try to respond sensitively to consumers' concerns and answer their questions fully and clearly. They include as much relevant information as is appropriate and, where applicable, enclose pertinent FCAC publications.

Some inquiries and complaints sent to us concern issues within another organization's mandate. In such cases, our correspondence officers include contact details for the appropriate regulators, ombudservices or dispute resolution organizations.

Media relations

FCAC coverage in the media

During 2003-04, the total volume of media coverage that FCAC received increased by 70 percent over the previous year. We were mentioned in more than 400 articles and news clips across Canada, resulting in approximately 46.7 million "audience impressions" — the number of readers multiplied by the number of times they saw an FCAC message.

FCAC takes a proactive approach with the media, a strategy that is intended to raise awareness of the Agency's publications and its other initiatives. In 2003-04, FCAC also responded to hundreds of calls from journalists, who contacted us to obtain reliable information about issues affecting financial consumers.

The top three issues that the media wrote about in coverage of FCAC were:

- credit cards (214 media mentions);
- service fees (81 media mentions); and
- mystery shopping (23 media mentions).

This type of coverage is by far the most cost-effective way of informing Canadians about their rights and raising awareness of FCAC. The media continue to be important channels for distributing FCAC information. The print media are especially useful in getting our messages out to consumers; statistics show that a significant number of those who contact us obtained our contact information from newspapers.



In January 2004, the Consumer Education and Public Affairs Branch produced several articles on credit cards, ABM fees and the *Access to Basic Banking Services Regulations*, and circulated these to community and rural newspapers across Canada. In all, 164 articles appeared in a variety of community and local newspapers and on several Web sites, reaching a total audience of 3.6 million consumers.

In December 2003, the consumer magazine *50 Plus* featured a table of low-rate banking service packages for seniors, one of FCAC's key target groups. The table reproduced information posted on FCAC's Web site.

Consumer Inquiries and Complaints

FCAC receives many consumer calls, letters, e-mail messages and in-person visits on a wide variety of topics. One of our quarterly publications, *Consumer Inquiries and Complaints*, highlights the types of inquiries and complaints we receive; it is distributed

to media by e-mail and is available on our Web site.

This on-line publication includes questions commonly asked by people who contact FCAC, along with easy-to-understand answers.

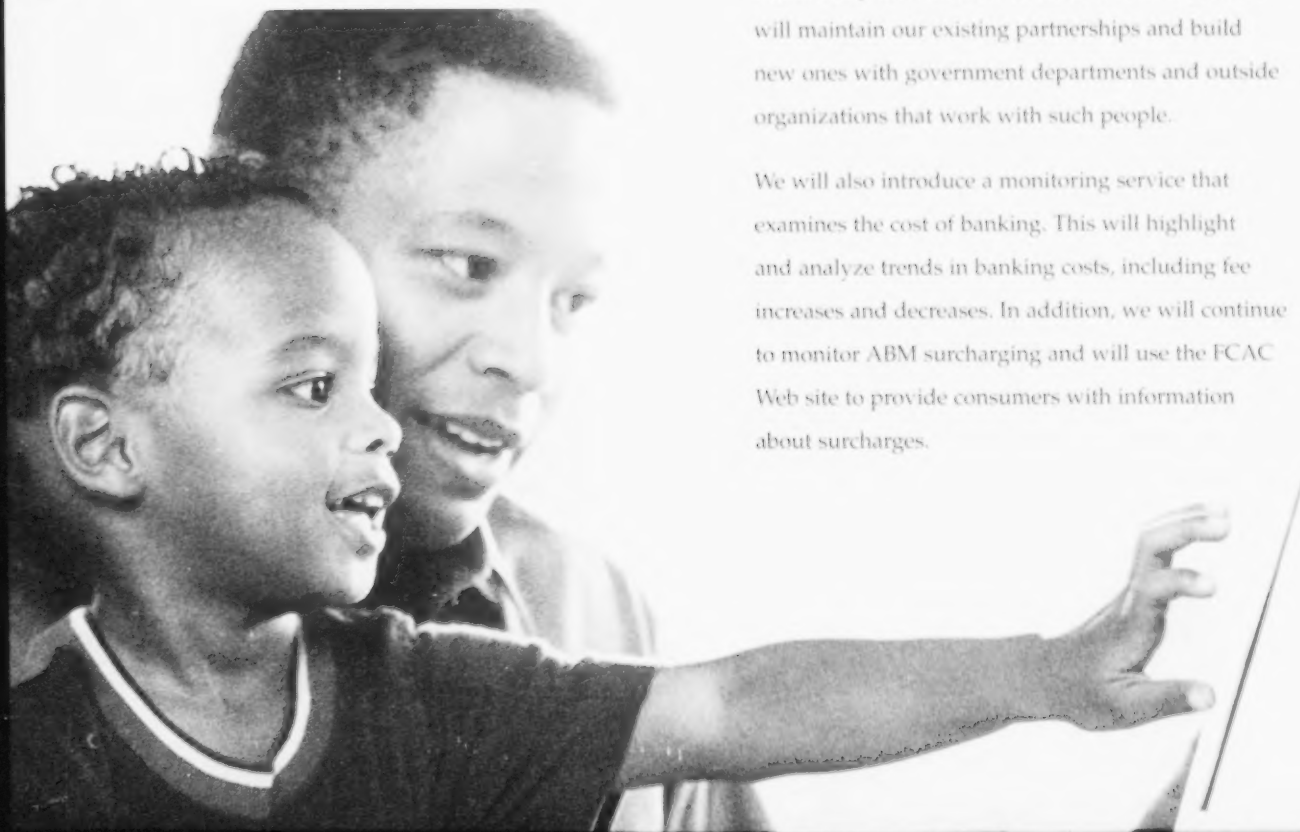
Looking forward

During 2004-05, a core activity of the Consumer Education and Public Affairs Branch will be increasing awareness of the *Access to Basic Banking Services Regulations* and informing Canadians about how the regulations ensure their right to these services.

Our major emphasis in this area will be on the needs of vulnerable — particularly lower-literacy — Canadians. To help them, we will expand and revise our "Basics" series of fact sheets that explain common banking products and services, including credit cards and bank accounts.

Outreach will also be important, helping us connect with vulnerable Canadians to ensure that they know their rights and are aware of FCAC as a source of trustworthy information. To reach this audience, we will maintain our existing partnerships and build new ones with government departments and outside organizations that work with such people.

We will also introduce a monitoring service that examines the cost of banking. This will highlight and analyze trends in banking costs, including fee increases and decreases. In addition, we will continue to monitor ABM surcharging and will use the FCAC Web site to provide consumers with information about surcharges.



Compliance and Industry Relations Branch

Protecting consumers

FCAC's Compliance and Industry Relations Branch monitors and enforces the legislation that protects consumers when they deal with financial institutions.

Implementing the Access to Basic Banking Services Regulations

The most important development of 2003-04 was the implementation of the *Access to Basic Banking Services Regulations* on September 30, 2003. The regulations prevent banks from refusing to open a basic personal deposit account for someone because that person does not have a job, is or has been bankrupt, or is not depositing money into the account. The regulations also require banks to cash Government of Canada cheques to a maximum of \$1,500 for non-customers at no charge, as long as proper identification is provided.

Now that the regulations are in force, FCAC can ensure that Canadians are able to obtain a service that is crucial to personal financial stability: a basic bank account.

FCAC mystery shopping survey

In spring 2003, FCAC conducted an extensive mystery shopping survey at more than 1,600 bank branches across Canada. The aim was to determine how banks were performing with respect to disclosure requirements and other practices.

A research firm hired by FCAC sent 250 mystery shoppers into bank branches, to ask questions typical of ordinary consumers. The questions covered matters such as interest rates, service charges and Public Accountability Statements. After the research firm compiled the results, we presented each bank with the findings related to its performance. Where weaknesses were identified, we worked with the bank to overcome them.

For the full report on the 2003 mystery shopping survey, visit our Web site at:

www.fcac.gc.ca/eng/compliance/default.asp

FCAC Commissioner's decisions in representative major cases

FCAC protects consumers by enforcing compliance with legislation, and monitoring adherence to voluntary codes of conduct and public commitments. In 2003-04, to help meet our objective of greater

transparency and informing consumers and the financial industry about issues that might affect them, we began to publish all the Commissioner's decisions on the FCAC Web site. These are the outcomes of cases where the Commissioner was required to make a final decision about a violation of regulations or non-adherence to a code of conduct or public commitment. Any one decision could affect hundreds of thousands of consumers. Following is a cross section of the decisions made by the Commissioner during 2003-04.

Coercive tied selling

A bank agreed to provide a customer with a line of credit and a mortgage loan. When the customer chose to obtain the mortgage loan at another institution, the bank withdrew its offer of a line of credit, stating that the approval had been conditional on the customer's acceptance of a mortgage with the bank.

Section 459.1(1) of the *Bank Act* stipulates that a bank cannot impose undue pressure on, or coerce, a person to obtain a product or service from that institution or any of its affiliates as a condition for obtaining another product or service from the same institution. Accordingly, a Letter of Reprimand was issued noting one violation by the bank.

Following the Letter of Reprimand, the bank provided redress to the customer, including renewal of its offer of a personal line of credit. The bank also provided direct guidance to branch staff, ensured that relevant compliance information was available to staff and customers, and delivered an enhanced training session to front-line staff.

Failure to accurately disclose cost of borrowing

In the cardholder agreement for its credit card accounts, a bank did not accurately disclose how it calculated interest in all cases. A Letter of Reprimand was issued, noting one violation by the bank.

At the time the Letter of Reprimand was issued, the bank was already changing its internal procedures to ensure proper disclosure of the way it charged interest and to inform customers of the changes.

By making certain that it calculates interest exactly as described in the cardholder agreement, the bank ensures that consumers have the information they require to understand the terms and conditions of the agreement.

Failure to disclose credit card interest rates

FCAC is working to improve the credit card marketplace by ensuring that consumers know the annual interest rate of a card before they apply for it. In a case currently under appeal, the Commissioner determined that a bank's credit card application form, indicating a "rate as low as," was in violation of the regulations since it failed to disclose an annual interest rate. The Commissioner issued a penalty of \$50,000.

Failure to disclose mortgage rates

A bank branch posted an advertisement in its front window indicating the rate for a mortgage, but it failed to disclose the term of the loan in the advertisement. A Letter of Reprimand was issued, noting one violation by the bank.

Once the bank was notified of the problem, it removed the sign and sent a circular to all of its branches, reminding employees of the existing policy that any advertisements must be approved by the corporate marketing department.

Failure to display notices of charges

A trust company failed to display notices of its charges at nine of its branches, in contravention of the regulations. A Letter of Reprimand was issued, noting nine violations by the trust company.

Following the Letter of Reprimand, the trust company took measures to display its statement of fees and charges at each location where it had offices. The trust company also reviewed its internal process for making the disclosure statements available, and it introduced procedures to ensure that the statement of fees and charges would be updated in a timely fashion on an ongoing basis, as required by the regulations.

Failure to provide notice of branch closure

A bank failed to provide the Commissioner with four months' notice of a proposed branch closure. The bank also failed to provide customers affected and the public with at least four months' notice of the closure. The notices sent to customers affected did not explain how the Commissioner could be contacted. In

addition, the bank did not inform consumers that the Commissioner could require a public meeting of the bank, FCAC and other interested parties to discuss the closure. A Letter of Reprimand was issued, noting four violations by the bank.

Following the Letter of Reprimand, the bank made changes to its internal procedures to ensure future compliance with the law.

Chart 4 shows the disposition of compliance problems brought to FCAC's attention. FCAC identified 39 violations of the regulations and concluded 1 Compliance Agreement. It issued 17 Letters of Reprimand and 3 Notices of Violation, and imposed 3 Administrative Monetary Penalties.

Chart 4: Compliance cases closed where action was taken, 2003-04

Consumer provisions	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decision
Accounts			
Disclosure of account information, charges or services to customers and the public	1	9	1 Letter of Reprimand
Branch closures			
Provision of required notice	7	16	6 Letters of Reprimand and 1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$10,000)
Credit cards			
Disclosure of changes to the cost of borrowing	1	1	1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$5,000)
Disclosure of required information in monthly statement	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement
Disclosure of cost of borrowing, interest or fees for credit cards*	5	6	4 Letters of Reprimand and 1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$50,000)
Federal government cheques			
Fee charged for cashing	2	3	2 Letters of Reprimand
Loans			
Requirement to disclose cost of borrowing in advertising	2	2	2 Letters of Reprimand
Tied selling			
Coercive tied selling	1	1	1 Letter of Reprimand
GRAND TOTAL	20	39	

* One case is currently under appeal in federal court.

involving the failure of the person. The first violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The second violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The third violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The fourth violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The fifth violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The sixth violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The seventh violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The eighth violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The ninth violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer. The tenth violation was a failure to provide a copy of the contract to the consumer.

Failure to provide notice of branch closure

Under the *Consumer Protection Act*, a financial institution must provide notice of a branch closure to its customers. In this case, the bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers.

addition, the bank did not inform consumers that their credit cards would be deactivated. In a meeting of the bank's board and other interested parties to discuss the closure, the bank's representatives failed to inform the bank's customers of the bank's decision to close the branch.

Through the *Consumer Protection Act*, the bank made a complaint to the *Consumer Protection Act* regarding the bank's failure to provide notice of a branch closure to its customers.

The *Consumer Protection Act* requires a financial institution to provide notice of a branch closure to its customers. In this case, the bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers. The bank failed to provide notice of a branch closure to its customers.

Chart 4: Compliance cases closed where action was taken, 2003-04

Consumer provisions	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decision
Accounts			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.			
Branch closures			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.	2	10	1 Letter of Reprimand and 7 Letters of Caution and 2 Consumer Protection Act complaints identified. Total: \$11,000.
Credit cards			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.		1	1 Letter of Caution and 1 Consumer Protection Act complaint identified. Total: \$1,000.
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Letter of Caution identified. Total: \$1,000.
Federal government cheques			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.	2	2	1 Letter of Reprimand.
Loans			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.	1	1	1 Letter of Reprimand.
Tied selling			
Financial institutions must provide notice of a branch closure to its customers.	1	1	1 Letter of Reprimand.
GRAND TOTAL	20	39	

Advances in disclosure practices

Following are examples of FCAC's proactive approach. The Agency works to deal with compliance issues before they affect large numbers of Canadians.

Review of bank disclosure of mortgage prepayment penalties

In the case of the seven major banks, FCAC reviewed their documents disclosing the penalty for prepaying a mortgage; it sought to determine whether the disclosure documents were written in plain language and included all the information needed by the borrower. As a result of the review, several banks are taking steps to improve their mortgage disclosure documents.

Review of disclosure of credit card interest rates

FCAC reviewed credit card issuers' disclosure of interest rates on their credit card application forms. The law requires that consumers be made aware of the applicable interest rate through a disclosure statement when they apply for a card. FCAC discovered that certain credit card issuers do not disclose this information. The credit card agreements of the major credit card issuers in Canada are now being reviewed.

Review of banks' complaint procedures

In May and June 2003, the Compliance and Industry Relations Branch met with five large banks to obtain a better understanding of their internal complaint-handling procedures. The visits helped FCAC assess whether the banks were operating in accordance with

the self-reporting requirements of the FCAC compliance framework. As a result, FCAC received an increased volume of reportable complaints in the month following the review and some banks made changes to address shortcomings in their procedures.

Annual general examinations

In fall 2003, FCAC conducted its second annual general examination of all 422 federally regulated financial institutions to evaluate their compliance with applicable consumer provisions. FCAC found that the institutions were in overall compliance with the provisions and that any issues brought to their attention during the year had been addressed.

Updating the compliance framework

The compliance framework outlines how FCAC supervises financial institutions' compliance with legislated consumer provisions, and how the Agency monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

During 2003-04, one year after implementing the compliance framework, FCAC began consultations with the financial industry to update and amend the framework.

Compliance Connection

The Branch continued to issue its quarterly newsletter, *Compliance Connection*, which keeps the industry informed of compliance issues. To facilitate the circulation of important information and to minimize the environmental impact, the Branch is now distributing the newsletter electronically. This change has been welcomed by the industry.

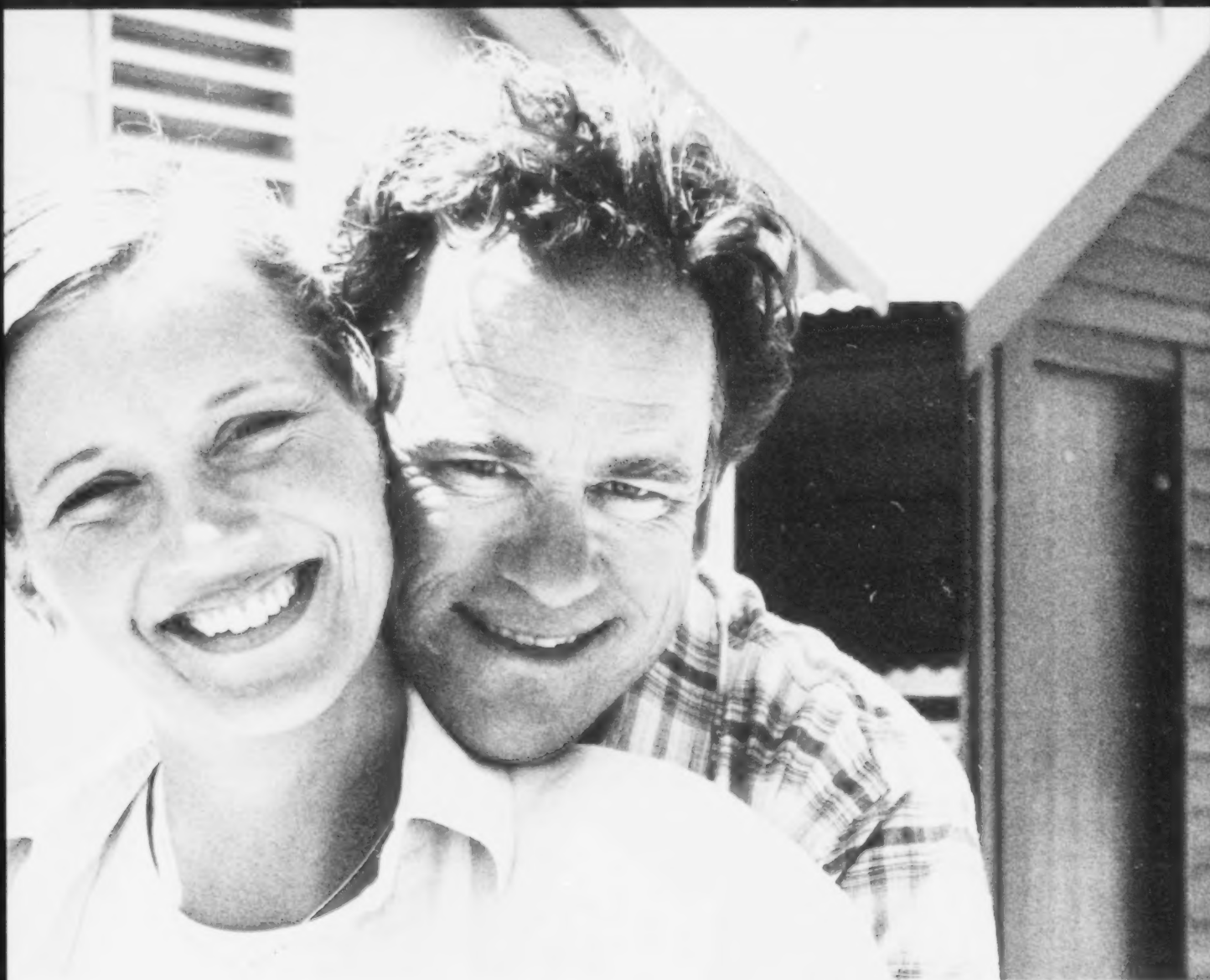
Looking forward

The *Access to Basic Banking Services Regulations* have given FCAC the authority it needs to ensure that Canadians have access to essential banking services. In 2004-05, the Branch will focus on enforcing the regulations.

Other major areas of activity will include:

- further updating of the compliance framework;
- monitoring of the Undertaking on Unsolicited Services;
- completion of plain-language disclosure for mortgage documents and extension of plain-language disclosure to other documents;
- undertaking of a survey on access to basic banking; and
- reviewing of industry practices related to the debit card code.





Value for Canadians

FCAC offers a valuable service to Canadians by dealing effectively and efficiently with their concerns related to the financial marketplace. The need for FCAC's services is demonstrated by the number of inquiries and complaints that consumers brought to us during 2003-04.

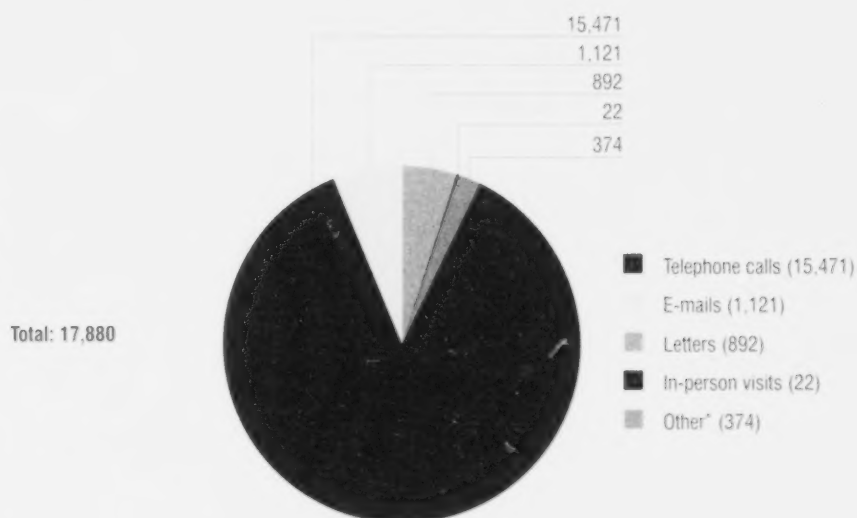
Issues that concern Canadians

FCAC tracks many different kinds of inquiries and complaints through our phone-in Consumer Contact Centre, through e-mail and regular mail, and as a result of comments from walk-in visitors. The following charts present the kinds of contacts that occurred between FCAC and Canadians during 2003-04 and the issues that concerned the people who contacted us.

Total number of inquiries and complaints received

Chart 5 shows how consumer inquiries and complaints reached FCAC. The most common mode of contact was telephone, followed at a considerable distance by e-mail.

Chart 5: Total contacts received by FCAC by source, 2003-04



* Cases initiated by FCAC concerning a potential compliance issue, as well as complaints reported

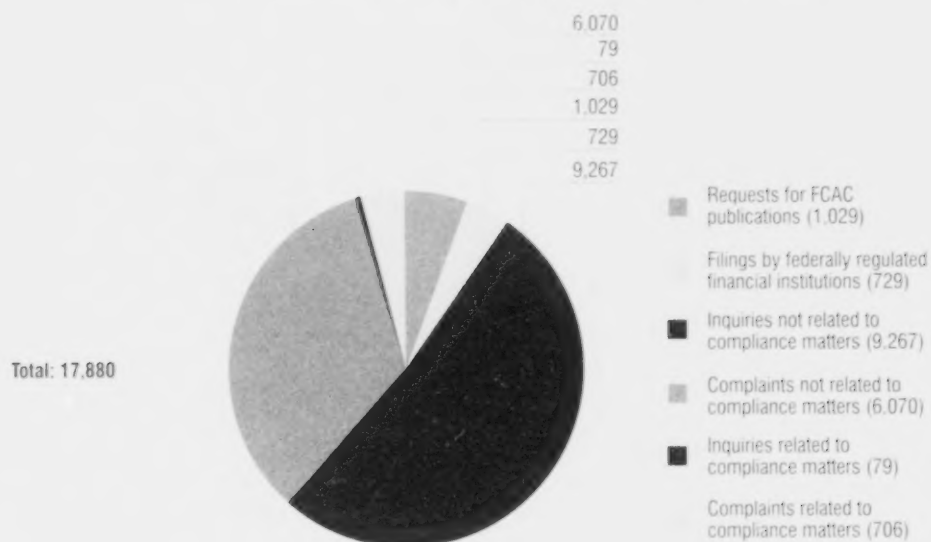
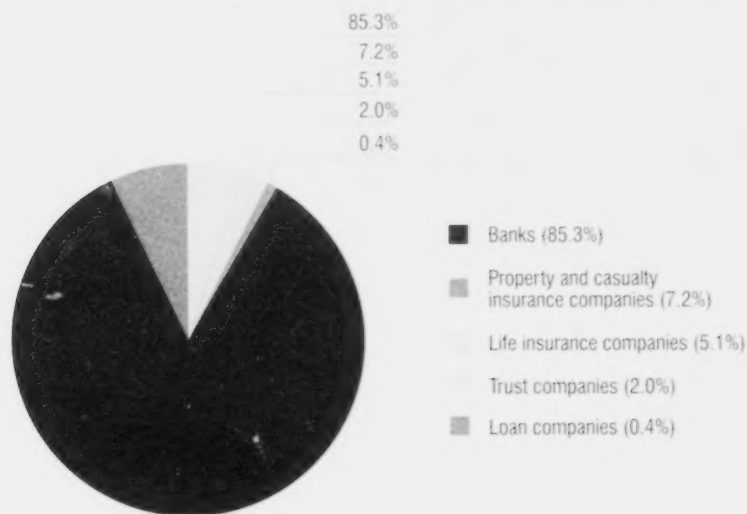
Chart 6: Total contacts received by FCAC by type, 2003-04

Chart 6 (above) breaks down total 2003-04 contacts by type. The two largest categories were general inquiries and complaints.

Chart 7 (below) shows that the greatest number of consumer contacts concerned issues with banks.

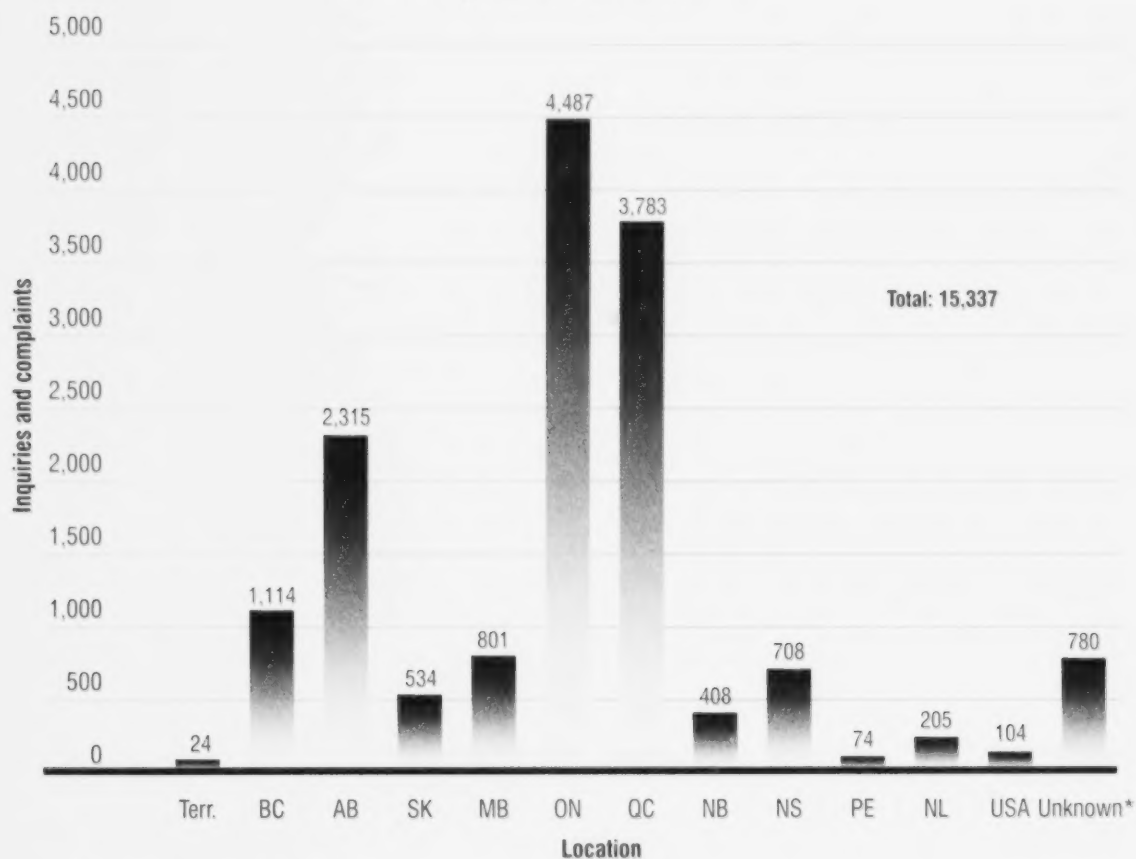
Chart 7: Total contacts received by FCAC by type of federally regulated financial institution, 2003-04

Inquiries and complaints received, excluding compliance matters

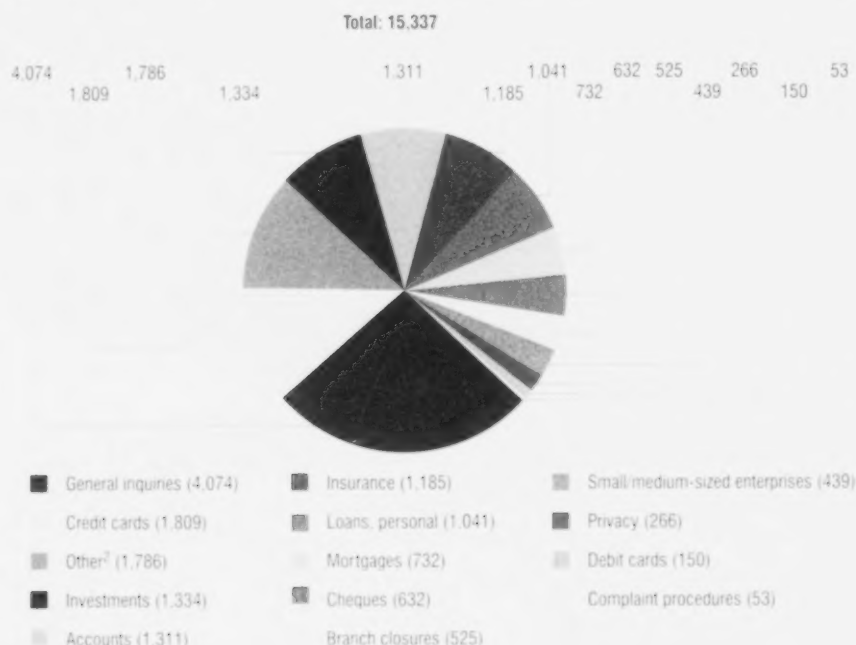
The information provided in Charts 8 to 11 concerns inquiries and complaints that did not relate to a consumer provision, code of conduct or public commitment. Data on compliance matters appear in the next section.

Chart 8 examines the geographic distribution of inquiries and complaints that did not relate to compliance. Ontario and Quebec together accounted for almost 54 percent of this type of contact.

Chart 8: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by location, 2003-04



* The location was not indicated by the person contacting FCAC.

Chart 9: Inquiries and complaints received excluding compliance matters,¹ by category, 2003-04

¹ Also excluded are requests for publications.

² Includes miscellaneous inquiries and complaints received regarding automated banking machines, bills, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, identity theft, interest rates, quality of service, regulations, service fees and tied selling.

Chart 9 presents the total number of consumer contacts during 2003-04, according to category. Next to general inquiries (a category covering a broad variety of subjects), credit card issues were the largest single area of concern to consumers.

Chart 10 shows the types of inquiries about the financial marketplace that concerned consumers, apart from compliance issues, in 2002-03 and 2003-04. In the past fiscal year, general inquiries came first and credit cards second.

Chart 11 (p. 29) presents figures for types of complaints other than compliance-related ones in 2002-03 and 2003-04. Again, credit cards generated the most problems for consumers in the past fiscal year.

Chart 10: Inquiries received excluding compliance matters,¹ by type

Category	2002-03	2003-04
General inquiries	2,968	3,584
Credit cards	1,368	910
Investments	324	807
Accounts	297	513
Insurance	302	509
Loans	287	504
Credit bureau checks	0	438
Mortgages	196	321
Cheques	183	299
Small/medium-sized enterprises	81	269
Branch closures	189	267
Privacy	88	118
Debit cards	39	67
Complaint procedures	59	43
Other ²	501	618
YEARLY TOTAL	6,882	9,267

¹ Also excluded are requests for publications.

² Includes miscellaneous inquiries received regarding automated banking machines, bills, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, identity theft, interest rates, quality of service, regulations, service fees and tied selling. As part of its new data management system, FCAC now includes inquiries about interest rates, quality of service, and service fee inquiries under the categories of Accounts, Credit cards and Investments.

Chart 11: Complaints excluding those related to compliance matters,¹ by type

Category	2002-03	2003-04
Credit cards	584	899
Accounts	489	798
Insurance	559	676
Loans	363	537
Investments	347	527
General inquiries	311	490
Mortgages	338	411
Cheques	259	333
Branch closures	213	258
Small/medium-sized enterprises	118	170
Privacy	141	148
Credit bureau checks	0	95
Debit cards	59	83
Complaint procedures	11	10
Other ²	2,408	635
YEARLY TOTAL	6,200	6,070

1 Also excluded are requests for publications.

2 Includes miscellaneous complaints received regarding automated banking machines, bills, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, identity theft, interest rates, quality of service, regulations, service fees and tied selling. As part of its new data management system, FCAC now includes complaints about interest rates, quality of service, and service fee inquiries under the categories of Accounts, Credit cards and Investments.

Top five inquiries and complaints in 2003-04

For details on the top five inquiries and complaints, excluding compliance matters, received by FCAC during 2003-04, visit the "Publications" section of our Web site at: www.fcac.gc.ca

Compliance-related inquiries and complaints received

Charts 12 to 14 present information on the contacts we had with Canadians about compliance with consumer provisions and codes of conduct / public commitments.

Chart 12 shows FCAC's history of compliance contacts received since its inception. During 2003-04 (our second full year of operations), such contacts increased by approximately 70 percent over the previous year.

Chart 13 (p. 30) gives an overview of the compliance caseload by type of compliance matter dealt with during 2003-04. Of 1,437 cases opened, 1,322 were closed by the year's end.

Chart 12: Total compliance contacts¹ received by category

	2002-03	2003-04
Branch closures		
Provide required notice	17	4
Requests for public meetings on branch closures ²	133	40
Requests to vary branch closure notice requirements	6	6
Codes of conduct³ and public commitments⁴		
Complaints related to codes of conduct and public commitments	242	268
Inquiries related to codes of conduct and public commitments	48	44
Complaint procedures		
Provide complaint-handling procedures ⁵	8	0
Consumer provisions		
Complaints related to consumer provisions	170	440
Inquiries related to consumer provisions	21	33
Self-reported complaints	40	334
TOTAL COMPLIANCE CONTACTS FOR THE PERIOD	685	1,169

1 A contact is a communication received by FCAC from a person or an institution about an issue or concern. Included are complaints and inquiries. Excluded are routine filings.

2 Including multiple requests pertaining to the same branch.

3 For a definition, see Appendix A (Glossary).

4 For a definition, see Appendix A (Glossary).

5 For a definition, see Appendix A (Glossary).

Chart 11: Complaints excluding those related to compliance matters,¹ by type

Category	2002-03	2003-04
Credit cards	584	899
Accounts	489	798
Insurance	559	676
Loans	363	537
Investments	347	527
General inquiries	311	490
Mortgages	338	411
Cheques	259	333
Branch closures	213	256
Small-medium-sized enterprises	118	170
Privacy	141	148
Credit bureau checks	0	95
Debit cards	59	83
Complaint procedures	11	10
Other	2,408	635
YEARLY TOTAL	6,200	6,070

¹ Excludes complaints related to compliance matters.

² Includes complaints related to compliance matters, such as: branch closures, credit cards, accounts, insurance, loans, investments, mortgages, cheques, mortgages, small-medium-sized enterprises, privacy, credit bureau checks, debit cards, complaint procedures, and other.

³ Includes complaints related to compliance matters, such as: branch closures, credit cards, accounts, insurance, loans, investments, mortgages, cheques, mortgages, small-medium-sized enterprises, privacy, credit bureau checks, debit cards, complaint procedures, and other.

Top five inquiries and complaints in 2003-04

For details on the top five inquiries and complaints, excluding compliance matters, received by FCAC during 2003-04, visit the "Publications" section of our Web site at www.fcac.gc.ca

Compliance-related inquiries and complaints received

Charts 12 to 14 present information on the contacts we had with Canadians about compliance with consumer provisions and codes of conduct / public commitments.

Chart 12 shows FCAC's history of compliance contacts received since its inception. During 2003-04 our second full year of operations, such contacts increased by approximately 70 percent over the previous year.

Chart 13 (p. 30) gives an overview of the compliance caseload by type of compliance matter dealt with during 2003-04. Of 1,437 cases opened, 1,322 were closed¹ by the year's end.

Chart 12: Total compliance contacts¹ received by category

	2002-03	2003-04
Branch closures		
Provide required notice	17	4
Requests for public meetings on branch closures	133	40
Requests to vary branch closure notice requirements	6	6
Codes of conduct² and public commitments³		
Complaints related to codes of conduct and public commitments	242	268
Inquiries related to codes of conduct and public commitments	48	44
Complaint procedures		
Provide complaint-handling procedures	5	0
Consumer provisions		
Complaints related to consumer provisions	170	440
Inquiries related to consumer provisions	21	33
Self-reported complaints	40	334
TOTAL COMPLIANCE CONTACTS FOR THE PERIOD	585	1,169

¹ A contact is a communication received by FCAC from someone who either used or intended to use a financial product or service.

² Includes complaints related to codes of conduct and public commitments.

³ Includes complaints related to codes of conduct and public commitments.

⁴ Includes complaints related to codes of conduct and public commitments.

⁵ Includes complaints related to codes of conduct and public commitments.

Chart 13: Compliance matters relating to consumer provisions and codes of conduct / public commitments, 2003-04

Consumer provisions	Cases pending at end of 2002-03	Cases opened during 2003-04	Cases closed during 2003-04	Cases pending at end of 2003-04
Accounts				
Advance notice of increased or new fees	3	146	149	0
Disclosure of account information, charges or services to customers and the public ¹	4	10	13	1
Disclosure of charges for account maintenance		1		1
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	1	3		4
Failure to display and make available charges for new and/or second accounts — Customers only		3	3	0
Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>		3	2	1
Provision of account agreements and complaint procedures ²		2	2	0
Provision of notice of refusal to open account		2	1	1
Refusal to open account — General		39	23	16
Refusal to open account because of bankruptcy		12	5	7
Refusal to open account because of credit history		54	25	29
Refusal to open account because of lack of proper identification		20	15	5
Branch closures				
Provision of required notice	6	4	7	3
Requests for public meetings ³	16	40	52	4
Requests to change notice requirements	1	6	7	0
Compliance of affiliate		2	0	2
Cost of borrowing — General	6	8	13	1
Credit cards				
Disclosure in plain language		1	1	0
Disclosure of annual interest rate		16	2	14
Disclosure of changes to the cost of borrowing	1	25	22	4
Disclosure of cost of borrowing, interest or fees ⁴	6	52	37	21
Disclosure of required information in credit card applications		10	6	4
Disclosure of required information in monthly statements ⁵	1	25	19	7
Disclosure relating to optional services General ⁶	2 11	36 23	34 28	4 6
Provision of monthly statements	1	30	18	13
Repayments before due date prohibited		1	1	0
Requests to keep a minimum balance on credit card		2	1	1
Disclosure of charges	5	20	23	2
Disclosure of interest rates — General		3	3	0
Disclosure of interest rates in an advertisement	1	2	3	0
Establish complaint-handling procedures		1		1
Federal government cheques				
Failure to display and make available information on <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>		2	0	2
Fee charged for cashing	1	5	5	1
Refusal to cash		7	2	5
Holds on cheques deposited	1	33	34	0
Index-linked deposits	1	0	1	0
Loans				
Disclosure in plain language		2	2	0
Disclosure relating to optional services General		2 3	1 21	1 3
Notification of changes or amendments to loan agreement or to cost of borrowing ⁷	3	21	15	9

Chart 13 (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2002-03	Cases opened during 2003-04	Cases closed during 2003-04	Cases pending at end of 2003-04
Loans (continued)				
Provision of monthly statements		2	0	2
Requirement to disclose cost of borrowing as rate per annum		1	1	0
Requirement to disclose cost of borrowing in advertising	4	2	3	3
Requirement to disclose cost of borrowing when loan issued ⁹	3	20	20	3
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	3	4	5	2
Requirement to provide information on loan repayments, rebates or charges		23	14	9
Third-party dispute resolution body for federally regulated financial institutions other than banks		3	0	3
Tied selling				
Coercive tied selling	1	20	17	4
Failure to display notices on tied selling		4	3	1
Subtotal for consumer provision cases	85	774	659	200
Codes of conduct / Public commitments	Cases pending at end of 2002-03	Cases opened during 2003-04	Cases closed during 2003-04	Cases pending at end of 2003-04
Access to basic banking services				
No minimum deposit or balance required		1	1	0
Refusal to open — General ¹⁰	2	14	16	0
Refusal to open because of bankruptcy	0	13	13	0
Refusal to open because of credit history ¹¹	6	53	59	0
Refusal to open because of employment status	1		1	0
Refusal to open because of lack of proper identification	1	6	7	0
Code of conduct for authorized insurance activities		3	2	1
Debit card code ¹²	11	66	63	14
Public commitments by financial institutions				
Accessibility of complaint procedures		8	6	2
Commitment to cash federal government cheques		1	1	0
Credit cards	4	76	62	18
Investments		8	7	1
Other	1	4	5	0
Small Business Banking Code of Conduct		13	10	3
Undertaking on Unsolicited Services		2	0	2
Subtotal for codes of conduct and public commitments	26	268	253	41
Filings ³				
Branch closures ¹³				
In-store or satellite branches ¹⁴	5	138	142	1
Notice to Commissioner	15	193	200	8
Temporary closures ¹⁴		40	40	0
Complaint-handling procedures	8	12	16	4
Public Accountability Statements		12	12	0
Subtotal for filings	28	395	410	13
GRAND TOTAL, 2002-03	46	991	882	155
GRAND TOTAL, 2003-04	139	1,437	1,322	254

(Notes — see next page)

Chart 13 (continued)

Consumer provisions	Cases pending at end of 2002-03	Cases opened during 2003-04	Cases closed during 2003-04	Cases pending at end of 2003-04
Loans (continued)				
Provision of monthly statements		2	0	2
Requirement to disclose cost of borrowing as rate per annum		1	1	0
Requirement to disclose cost of borrowing in advertising	4	2	3	3
Requirement to disclose cost of borrowing when loan repaid	2	20	20	3
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	2	4	5	2
Requirement to provide information on loan payments made on a regular basis		29	14	0
Third-party dispute resolution body for federally regulated financial institutions other than banks		0	0	3
Tied selling				
Company's tied selling	1	20	17	4
Member or affiliate company's tied selling		4	3	1
Subtotal for consumer provision cases	85	774	659	200
Codes of conduct / Public commitments	Cases pending at end of 2002-03	Cases opened during 2003-04	Cases closed during 2003-04	Cases pending at end of 2003-04
Access to basic banking services				
No minimum deposit or balance required		1	1	0
Access to open or closed		14	10	0
Refusal to open because of bankruptcy	0	13	13	0
Refusal to open because of credit history	0	14	19	0
Refusal to open because of employment status	7		1	0
Refusal to open because of risk of credit reclassification	0	0	1	0
Code of conduct for authorized insurance activities		3	2	1
Debit card code¹	11	100	100	12
Public commitments by financial institutions				
Accessibility of complaint procedures		0	0	0
Commitment to call Notice of Complaint (NOC)		1	1	0
Credit cards	4	76	62	18
Investment		0	7	1
Other	1	4	5	0
Small Business Banking Code of Conduct		3	0	3
Undertaking on Unsolicited Services		2	0	2
Subtotal for codes of conduct and public commitments	26	268	253	41
Filings²				
Branch closures³				
Branches at publicly listed banks	12	130	142	1
Branches at non-public banks	14	104	200	0
Temporary closures		40	40	0
Complaint handling procedures		12	10	2
Public Accountability Statements		12	12	0
Subtotal for filings	28	395	410	13
GRAND TOTAL, 2002-03	46	991	882	155
GRAND TOTAL, 2003-04	139	1,437	1,322	254

¹ Includes all cases.

² Includes all cases.

³ Includes all cases.

Chart 13 (continued)

- 1 There were 3 cases in last year's report versus 4 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 2 There was 1 case in last year's report versus 0 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 3 For a definition, see Appendix A (Glossary).
- 4 There were 7 cases in last year's report versus 6 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 5 One of these current cases is currently under appeal in federal court.
- 6 There were 0 cases in last year's report versus 1 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 7 There were 12 cases in last year's report versus 11 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 8 There were 2 cases in last year's report versus 3 in the opening caseload this year. One of the cases that was closed last year was re-opened when we received more information.
- 9 There were 4 cases in last year's report versus 3 in the opening caseload this year. The discrepancy was the result of a reclassification.
- 10 There was 1 case in last year's report versus 2 in the opening caseload this year. One of the cases that was closed last year was re-opened when we received more information.
- 11 There were 12 cases in last year's report versus 6 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 12 There were 9 cases in last year's report versus 11 in the opening caseload this year. Two of the cases that had been withdrawn were re-opened during the year when consumers provided us with the information required for taking action.
- 13 There were 34 cases in last year's report versus 20 in the opening caseload this year. As a result of system enhancements and changes in FCAC's statistical reporting, last year's number had been overstated.
- 14 These things were not required by legislation but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commission informed of changes in retail services.

Chart 14 shows how FCAC disposed of cases related to codes of conduct and public commitments in 2003-04. A total of 253 such cases were closed; the major issues were access to banking, debit card codes and credit card codes.

Chart 14: Compliance cases¹ closed relating to codes of conduct² and public commitments,³ by type of disposition, 2003-04

	Type of disposition			Total cases closed during 2003-04
	Adherence	Non-adherence	Withdrawn ⁴	
Access to basic banking services				
No minimum deposit or balance required			1	1
Refusal to open — General	9	1	6	16
Refusal to open because of bankruptcy	2	2	9	13
Refusal to open because of credit history	20	9	30	59
Refusal to open because of employment status			1	1
Refusal to open because of lack of proper identification	2	4	1	7
Code of conduct for authorized insurance activities	0		2	2
Debit card code	44	2	17	63
Public commitments by financial institutions				
Commitment to cash federal government cheques (to a maximum of \$1,500)	1			1
Complaint procedures	3		3	6
Credit cards	46	4	12	62
Investments	5		2	7
Other	4		1	5
Small Business Banking Code of Conduct	7		3	10
YEARLY TOTAL, CASES CLOSED BY TYPE OF DISPOSITION	143	22	88	253

¹ For a definition, see Appendix A (Glossary).

² For a definition, see Appendix A (Glossary).

³ For a definition, see Appendix A (Glossary).

⁴ Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with the complaint review.

Chart 15: Matters related to branch closures

	2002-03	2003-04
Closure notices filed by financial institutions	302 ¹	371
Complaints received related to branch closures ²	213	258
Requests to change the branch closure notice requirements		
Granted ³	3	4
Not granted	0	3
Pending	3	0
Received	4	6
Requests for public meetings on branch closures ⁴		
Meeting requests pending	7	4
Meeting requests received	133	40
Meeting requests withdrawn	0	6
Number of branches closing for which meeting requests were received, granted or not granted		
Branches for which meeting requests were received ⁵	23	18
Branches for which meetings were not required by the Commissioner ⁶	11	5
Branches for which meetings were required by the Commissioner	5	10

1 This is the total number of filings for closure of branches, including those not falling under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

2 These are complaints related to branch closures; the individuals were not requesting a meeting.

3 The Commissioner granted the financial institution's request to change the branch closure notice requirements.

4 Some were multiple requests pertaining to the same branch.

5 FCAC often receives multiple meeting requests for a single branch closure; one file is created for each request. In previous fiscal years, the primary file remained active until the Commissioner's decision on the meeting request was received. Cases on subsequent meeting requests, if any, were closed shortly after they were received. Under updated case processing guidelines, all meeting request cases remain active until the Commissioner's decision has been received.

6 Often, institutions will voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

Chart 15 (above) presents how FCAC handled complaints about branch closures in 2002-03 and 2003-04. In 10 cases, the Commissioner required a meeting to be held of the bank, FCAC and other interested parties in order to discuss the closure further.

Chart 16 (below) shows how cases were closed relating to the consumer provisions, by type of disposition. In total, there were 20 cases involving 39 violations (see also Chart 4, p. 21).

Chart 16: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2003-04

Consumer provisions	Non-violation	Violation(s)	Withdrawn	Granted	Not granted	Total cases closed during 2003-04
Accounts						
Advance notice of increased or new fees	139		10			149
Disclosure of account information, charges or services to customers and the public	7	1	5			13
Failure to display and make available charges for new and/or second accounts — Customers only	2		1			3
Failure to display and make available information on the Access to Basic Banking Services Regulations	2					2
Provision of account agreements and complaint procedures	1		1			2
Provision of notice of refusal to open account	1					1
Refusal to open account — General	22		1			23
Refusal to open account because of bankruptcy	4		1			5
Refusal to open account because of credit history	15		10			25
Refusal to open account because of lack of proper identification	11		4			15

Chart 13 (continued)

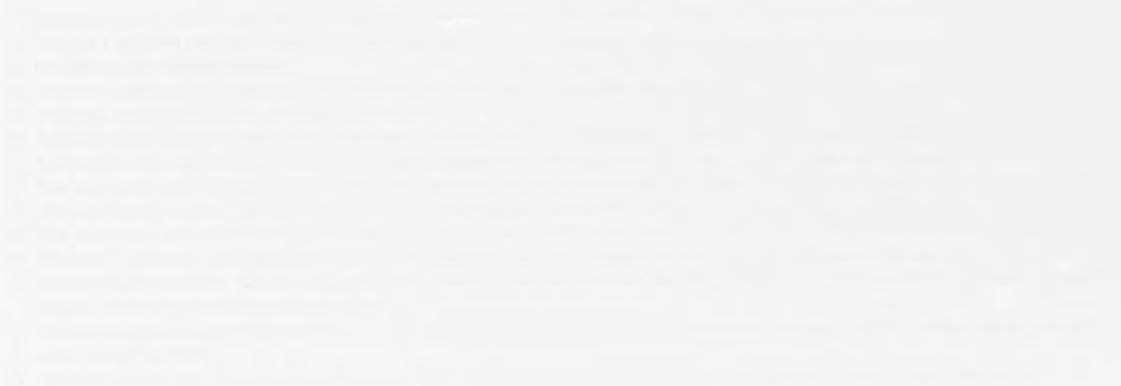


Chart 14 shows that 143 cases closed by disposition, 22 cases closed by non-adherence, and 88 cases closed by withdrawal. The chart also shows the number of cases closed by type of disposition for codes of conduct and public commitments. The chart is divided into three sections: Adherence, Non-adherence, and Withdrawn. The Y-axis represents the number of cases closed, ranging from 0 to 100. The X-axis lists various categories of cases. The data is as follows: Adherence: 143 cases; Non-adherence: 22 cases; Withdrawn: 88 cases. Total cases closed: 253.

Chart 14: Compliance cases¹ closed relating to codes of conduct² and public commitments,³ by type of disposition, 2003-04

	Type of disposition			Total cases closed during 2003-04
	Adherence	Non-adherence	Withdrawn ⁴	
Access to basic banking services				
No minimum deposit or duration required	1	1	1	3
Refusal to open — General	2	2	2	6
Refusal to open because of bankruptcy	2	2	2	6
Refusal to open because of credit history	2	2	2	6
Refusal to open because of employment status	2	2	2	6
Refusal to open because of lack of proper identification	2	2	2	6
Code of conduct for authorized insurance activities	1	1	1	3
Debit card code	11	2	7	20
Public commitments by financial institutions				
Commitment to cash federal government cheques (to a maximum of \$1 500)	1	1	1	3
Complaint procedure	3	3	3	9
Credit cards	46	4	12	62
Investments	4	4	4	12
Other	4	4	4	12
Small Business Banking Code of Conduct	1	1	1	3
YEARLY TOTAL CASES CLOSED BY TYPE OF DISPOSITION	143	22	88	253

¹ For a definition of compliance cases, see page 10.

² For a definition of codes of conduct, see page 10.

³ For a definition of public commitments, see page 10.

⁴ Cases withdrawn because of lack of sufficient evidence to proceed with the investigation.

Chart 16 (continued)

[illegible]

Chart 16 (continued)

Consumer provisions	Non-violation	Violation(s)	Withdrawn	Granted	Not granted	Total cases closed during 2003-04
Branch closures						
Provision of required notice		7				7
Requests for public meetings			14	30	8	52
Requests to vary the notice requirements				4	3	7
Cashing federal government cheques						
Fee charged for cashing		2	3			5
Refusal to cash	1		1			2
Cost of borrowing — General	12		1			13
Credit cards						
Disclosure in plain language	1					1
Disclosure of annual interest rate	2					2
Disclosure of changes to the cost of borrowing	17	1	4			22
Disclosure of cost of borrowing, interest or fees for credit cards ¹	27	5	5			37
Disclosure of required information in credit card applications	6					6
Disclosure of required information in monthly statements	18	1				19
Disclosure relating to optional services for credit cards	29		5			34
General	25		3			28
Provision of monthly statements	8		10			18
Repayments before due date prohibited	1					1
Requests to keep a minimum balance on credit card	1					1
Disclosure of charges	21		2			23
Disclosure of interest rates — General	3					3
Disclosure of interest rates in an advertisement	3					3
Holds on cheques deposited	25		9			34
Index-linked deposits	1					1
Loans						
Disclosure in plain language	2					2
Disclosure relating to optional services			1			1
General	15		6			21
Notification of changes or amendments to loan agreement or to cost of borrowing	10		5			15
Requirement to disclose cost of borrowing as rate per annum	1					1
Requirement to disclose cost of borrowing in advertising	1	2				3
Requirement to disclose cost of borrowing when loan issued	17		3			20
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	4		1			5
Requirement to provide information on loan repayments, rebates or charges	13		1			14
Tied selling						
Coercive tied selling	12	1	4			17
Failure to display notices on tied selling	3					3
TOTAL FOR CONSUMER PROVISION CASES²	483	20	111	34	11	659

¹ One case is currently under appeal in federal court.

² The 20 cases involved 39 violations (see also Chart 4, p. 21).

Addressing Canadians' concerns

How FCAC manages *a complaint*

When a consumer contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls under the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law. If research is required, the complainant will receive a call back within 48 hours.

Once the consumer's situation is understood and the jurisdiction established, the complainant is told of the options available. If the complaint involves a possible contravention of the law, an FCAC compliance officer

contacts the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the complainant and the institution.

We also inform the consumer about the institution's procedures for dealing with complaints. If the matter is not under our mandate, we direct the complainant to the organization best equipped to deal with the issue.

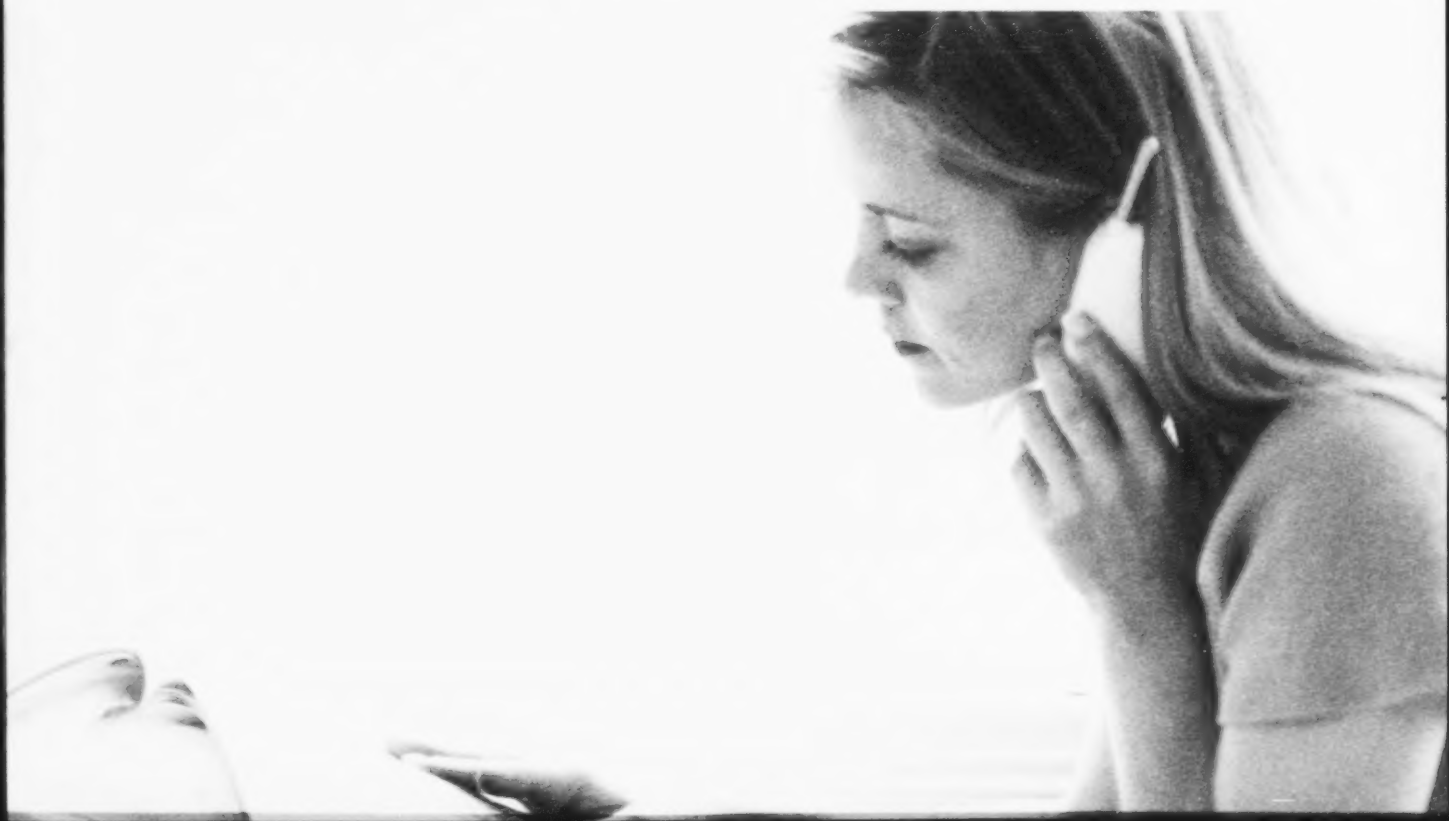
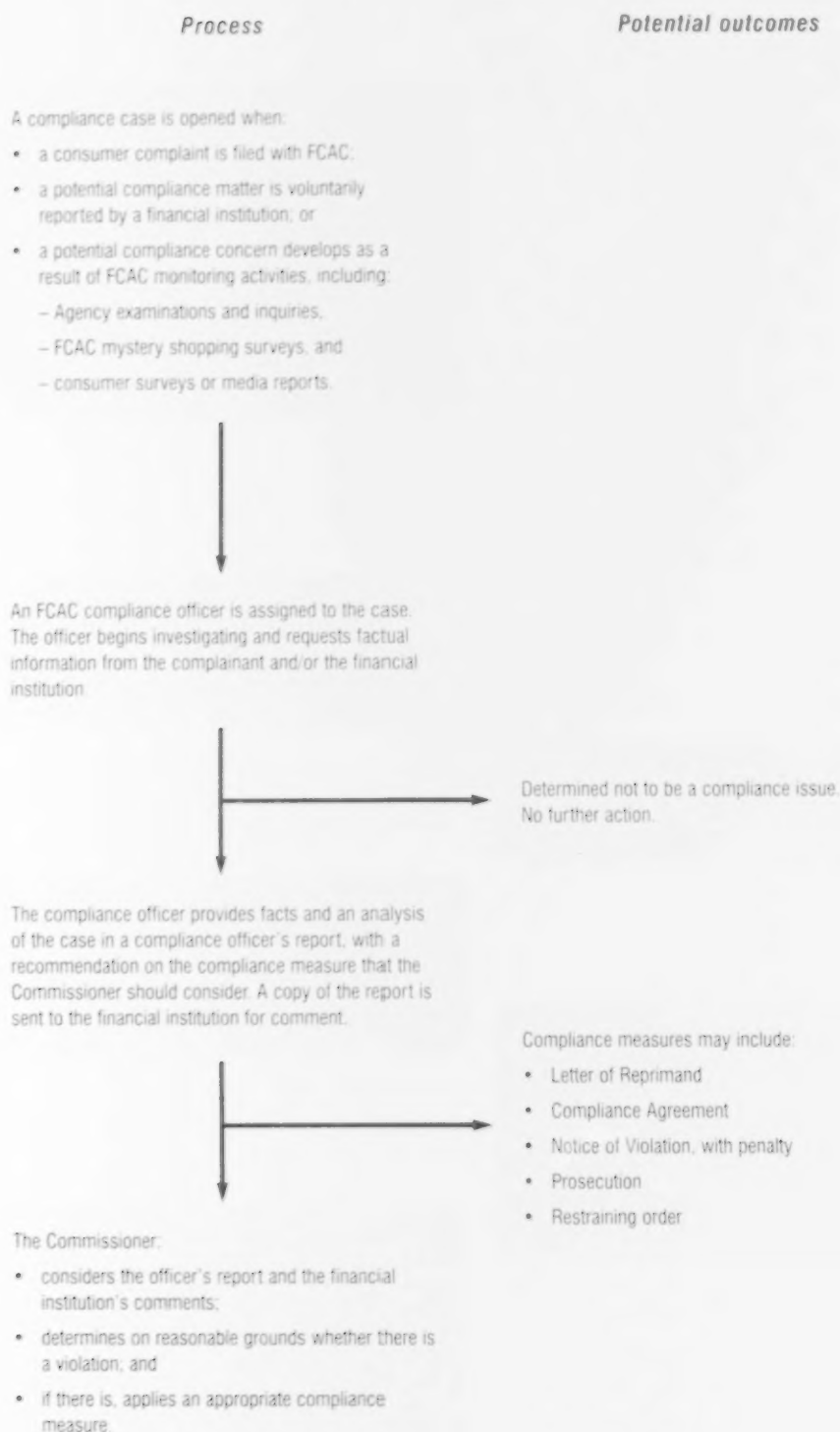


Figure 1: FCAC compliance case management process



FCAC's operations

Operational roles and responsibilities

Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. The first and current Commissioner is William (Bill) G. Knight. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about FCAC's activities and findings;
- managing the operations of FCAC, including taking responsibility for all aspects of its program, finances, administration and human resources management;
- supervising approximately 420 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- expanding national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

The FCAC Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee,

chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the FCAC Commissioner advises on key consumer issues, offering important input for the policy advice that this committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfil this requirement, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders; and
- handling correspondence with consumers and operating a call centre (a joint venture with CDIC).

Compliance and Industry Relations Branch

The FCAC Compliance and Industry Relations Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act* and the *Cooperative Credit Associations Act*. The Branch also monitors adherence to voluntary codes of conduct and public commitments put in place by financial institutions or their associations. Last, the Branch is responsible for promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

The consumer provisions are listed in Appendix B, p. 62. They deal with:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;

- coercive tied selling;
- disclosing cheque-holding policies;
- providing information to consumers about FCAC;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

Voluntary codes of conduct and public commitments are put in place by the financial institutions to protect consumers. They cover such topics as debit cards and credit relations with small businesses. FCAC monitors adherence to the codes and commitments, investigating complaints and publicly reporting its findings. FCAC also performs a preventive role by ensuring that the provisions of the voluntary codes and public commitments are implemented.



The responsibilities of the Compliance and Industry Relations Branch include:

- investigating and responding to complaints relating to the consumer provisions that fall under any of the acts within FCAC's jurisdiction;
- managing the compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring adherence to voluntary codes of conduct or public commitments designed to protect the interests of consumers;
- monitoring FCAC's tracking systems to identify trends; and
- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are mystery shopping, consumer surveys, analysis of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

FCAC ensures compliance with legislation and regulations by applying administrative measures, imposing fines, or publicly disclosing the nature of a violation, the name of the offender and the amount of the monetary penalty imposed. Among the factors determining the approach to a specific case are the severity and scope of the problem, the degree of intent or negligence, and the compliance history of the financial institution concerned.

To fulfil its mandate of maintaining close relations with the financial industry, FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the contacts take

place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance issues and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The ultimate purpose of course remains to protect Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. The backbone of this new compliance culture is unqualified cooperation on the part of the financial institutions.

Administrative Services Branch

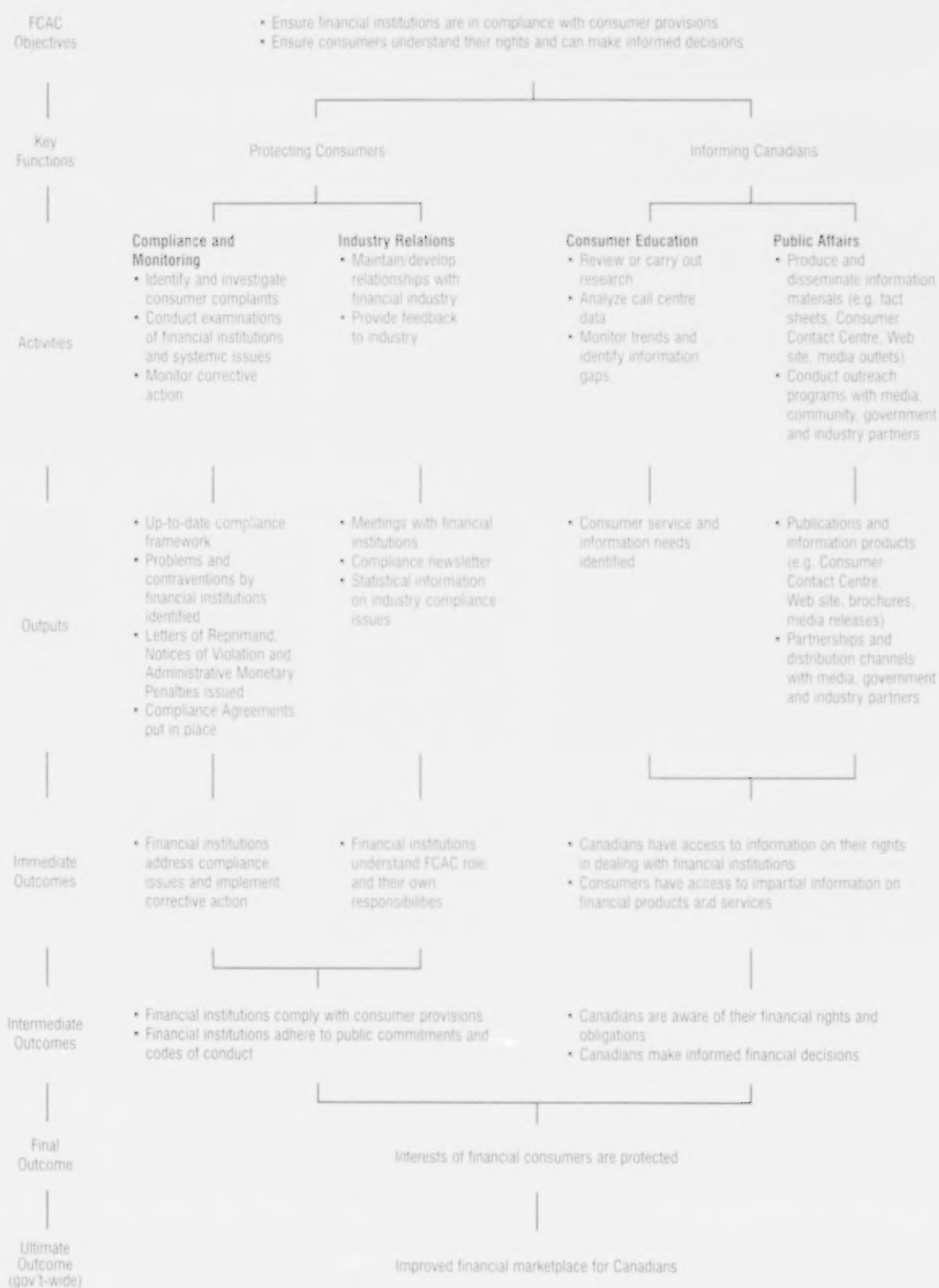
The Administrative Services Branch provides FCAC with such services as human resources, financial management, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail, and courier.

FCAC contracts with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for its human resources and financial services, and with Public Works and Government Services Canada for its technology and communications services.

Legal Services Branch

The federal Department of Justice provides legal services to FCAC. A senior counsel from Justice Canada is part of the management structure of FCAC and reports directly to the Commissioner. The senior counsel furnishes advice on all aspects of FCAC's mandate and operations.

Figure 2: FCAC's Results-based management accountability framework (RMAF)



FCAC's performance

FCAC monitors its internal performance to make sure that its procedures are efficient and effective, and that they provide the best possible service to Canadians.

Two signs of FCAC's growing value to consumers are the higher call volume at our Consumer Contact Centre and the findings of our first caller satisfaction survey, which show that consumers are very pleased with help received from FCAC.

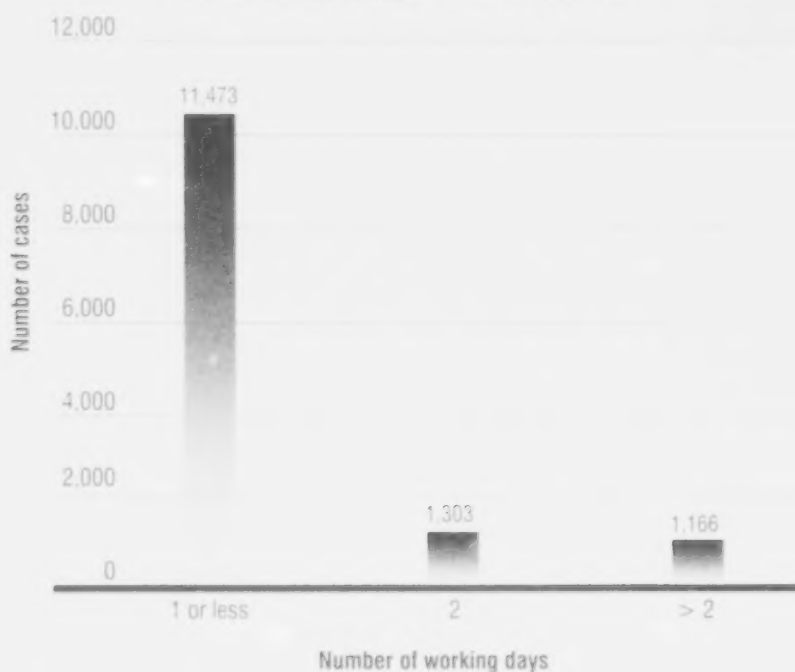
Consumer service performance

FCAC carries out statistical tracking of its service performance in three main areas: the Consumer Contact Centre; the Correspondence Unit; and the Compliance and Industry Relations Branch.

Consumer Contact Centre

During 2003-04, the Consumer Contact Centre received 15,471 calls, a 34 percent increase over the 11,520 calls received during 2002-03. The average call lasted about three minutes. For further performance statistics, see Chart 17.

Chart 17: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre, 2003-04



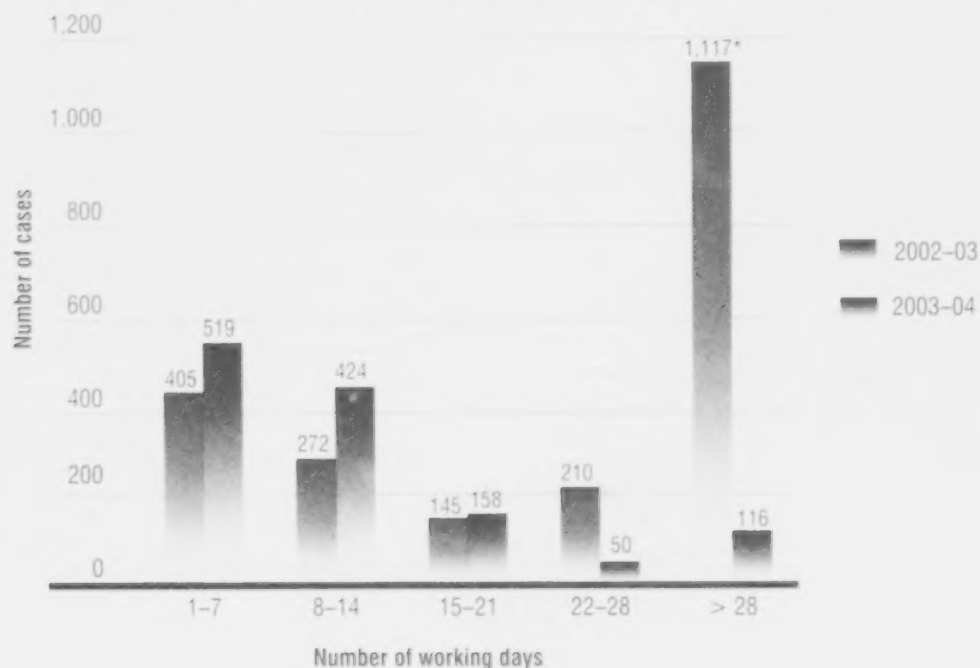
Correspondence Unit

The Correspondence Unit deals with e-mail messages and letters sent to FCAC by consumers. In 2003-04, we responded to 74.5 percent of all communications within 14 working days of their receipt. For details, see Chart 18.

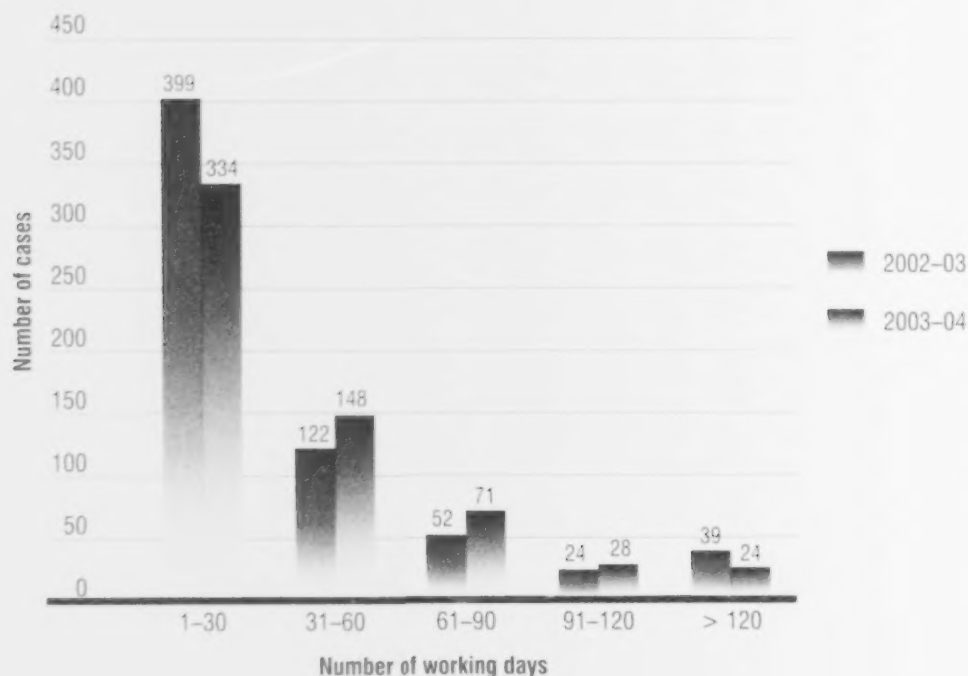
Compliance and Industry Relations Branch

The Compliance and Industry Relations Branch processes compliance-related files as expeditiously and effectively as possible. As shown in Chart 19 (right), more than half of the files (55 percent) were closed within 30 days of being opened. Almost 80 percent were closed within 60 days.

Chart 18: Time taken to close a file generated by a consumer's letter, e-mail or in-person visit for non-compliance related matters



* FCAC was given the opportunity to respond to an *Option consommateurs* petition. As a result, FCAC received more than 1 500 letters at one time. These were not subject to FCAC's regular response time standards.

Chart 19: Time taken to close a file related to a compliance matter

Caller satisfaction survey

In December 2003, FCAC hired an independent research company to survey Canadians who had telephoned our Consumer Contact Centre. Just over 600 consumers completed the interview.

Overall, the level of satisfaction with FCAC's role and staff was very high.

Since this was the first time FCAC conducted such a survey, it will serve as a benchmark for measuring improvement. FCAC intends to repeat the survey every two years.

Survey details:

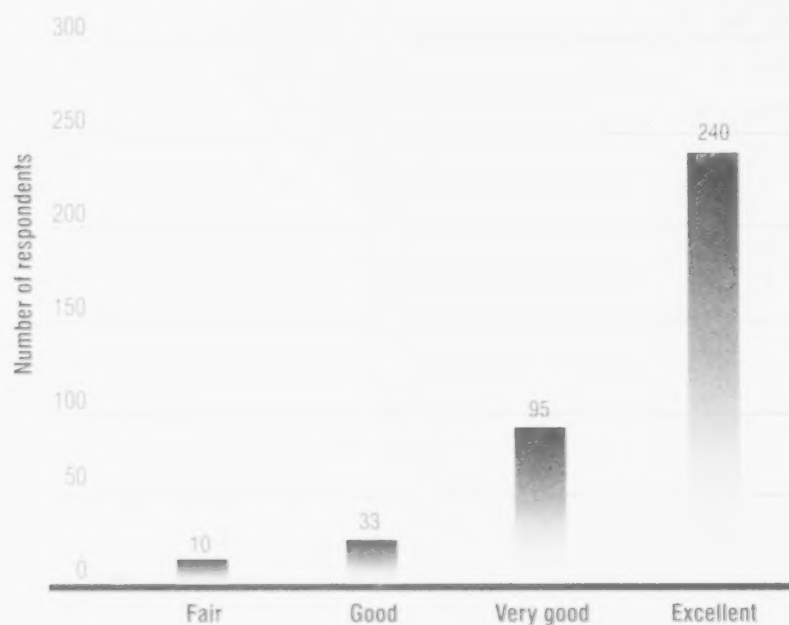
Respondents who felt there was a need for government supervision of financial institutions to ensure consumer protection	93%
Respondents who felt that the FCAC staff they dealt with performed their job very well	88%
Respondents who said that they would recommend FCAC to others who had issues with the banking industry	86%
Respondents who felt that the Centre was responsive to their needs	80%
Respondents who were satisfied with the accuracy of the information they received	75%
Respondents who were satisfied with the outcome of their most recent contact with FCAC	72%
Respondents who said that FCAC referred them to the appropriate organization	71%
Respondents who said that they found out easily how to contact FCAC	61%
Respondents who said that they knew where to find the service when they needed it	46%

Consumer evaluation of *Credit Cards and You*

In January 2004, we asked consumers to give us their impressions of the updated version of *Credit Cards and You*. While this was not a large-scale, exhaustive survey, it unmistakably found that consumers have an

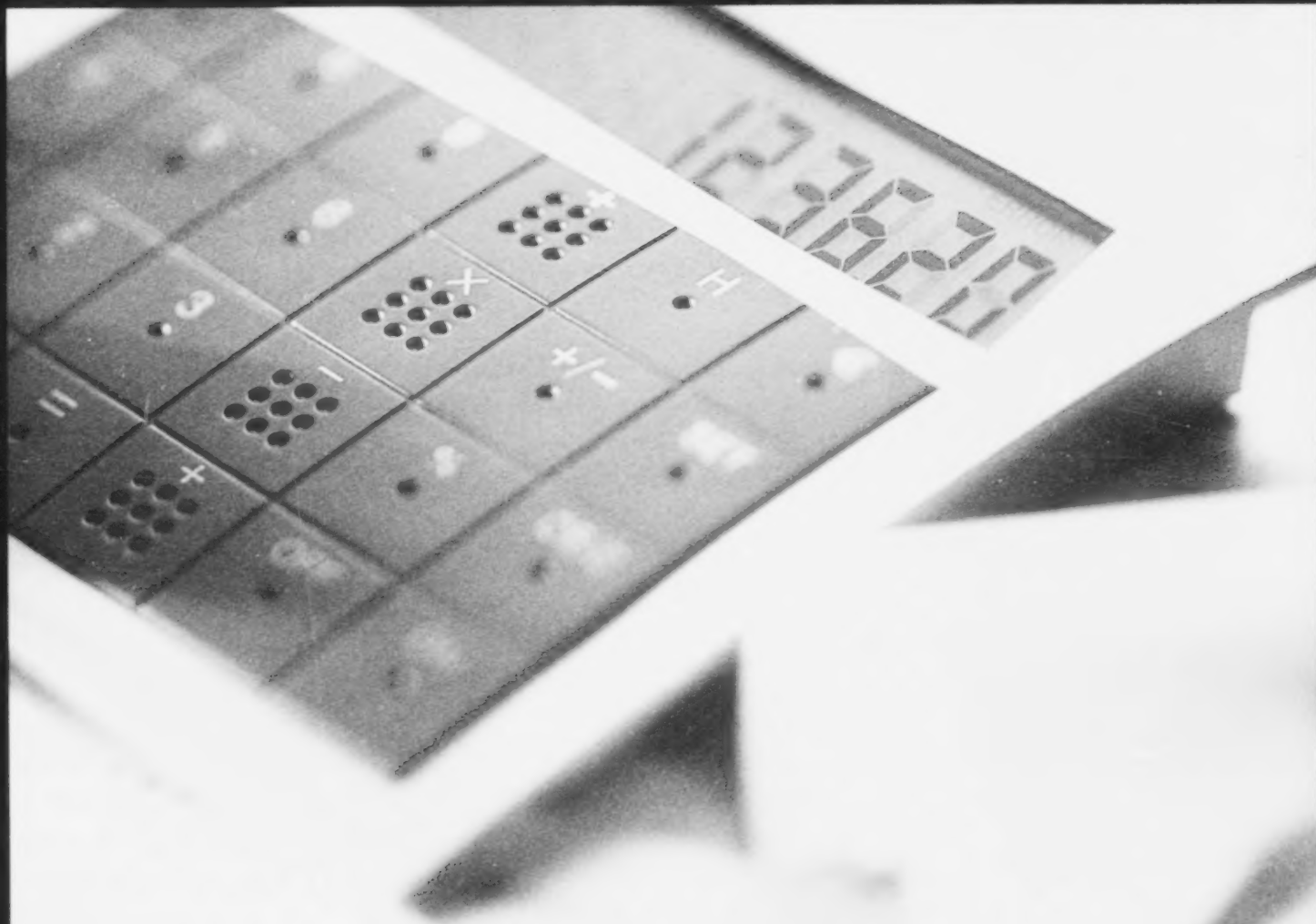
extremely positive view of the publication's value and that our approach to satisfying their needs is bearing fruit. For details of the evaluation findings, see Chart 20.

Chart 20: Overall impression by consumers of *Credit Cards and You*, January 2004 issue



List of charts and figures

No.	Title	Page
<i>Charts</i>		
1	Distribution of FCAC publications	10
2	FCAC Web site usage	12
3	FCAC Web site visits per month, since launch	12
4	Compliance cases closed where action was taken, 2003-04	21
5	Total contacts received by FCAC by source, 2003-04	25
6	Total contacts received by FCAC by type, 2003-04	26
7	Total contacts received by FCAC by type of federally regulated financial institution, 2003-04	26
8	Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by location, 2003-04	27
9	Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category, 2003-04	28
10	Inquiries received excluding compliance matters, by type	28
11	Complaints excluding those related to compliance matters, by type	29
12	Total compliance contacts received by category	29
13	Compliance matters relating to consumer provisions and codes of conduct / public commitments, 2003-04	30-32
14	Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition, 2003-04	32
15	Matters related to branch closures	33
16	Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2003-04	33-34
17	Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre, 2003-04	41
18	Time taken to close a file generated by a consumer's letter, e-mail or in-person visit for non-compliance related matters	42
19	Time taken to close a file related to a compliance matter	43
20	Overall impression by consumers of <i>Credit Cards and You</i> , January 2004 issue	44
<i>Figures</i>		
1	FCAC compliance case management process	36
2	FCAC's Results-based management accountability framework (RMAF)	40



Financial **statements**

Financial highlights

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is funded by assessments paid by federally regulated financial institutions. Banks pay more than 90 percent of FCAC's costs since most of the consumer provisions overseen by the Agency apply to them.

This annual report presents information on FCAC's second full year of operations. Although the budget for 2003-04 was originally projected at \$7.3 million, the total expenditures amounted to \$6.2 million. For the previous fiscal year the figure was \$5.4 million.

As we put in place the Agency's programs, expenditures are closely managed and continue to be below budgeted projections. This reflects a prudent approach to financial management, as well as our ability to use partnerships to share or economize on costs.

During 2003-04 FCAC's workload increased substantially in the area of compliance, as well as in correspondence and outreach. In response, we added 5 full-time equivalent employees (FTEs), for a total of 35 FTEs — 2 more than had been projected in the 2003-04 business plan. The additional resources were needed to handle a greater-than-expected rise in demand for our services by Canadians.

The Compliance and Industry Relations Branch required more resources than expected to carry out and complete several industry examinations and reviews in such areas as credit cards, mortgages, follow-up to mystery shopping findings and implementation of the compliance framework.

Work on these projects was in addition to a sharply increasing complaint caseload. The *Access to Basic Banking Services Regulations*, which came into force in September 2003, are generating more compliance

cases than expected; to assist with the workload, a compliance officer and a support person were hired.

In the Consumer Education and Public Affairs Branch, we added a statistical officer to deal with internal and external demands for analysis and reporting on consumer and compliance trends. Two FTEs were hired to meet the increased volume of consumer correspondence and to extend our outreach efforts.

As a result of a change in management strategy, FCAC decided to increase outreach capacity in order to better target our initiatives, instead of raising the Agency's profile through paid advertising in the media at this time.

On the basis of our knowledge of the issues that have emerged over the past year, it is still projected that the Agency will require annual expenditures of \$7 to \$8 million for a modest but complete program of activities that directly support our mandate of protecting and educating consumers across Canada.

At the same time, we are continuing operational efficiencies through common services agreements with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (for financial and human resources administration), the Canada Deposit Insurance Corporation (for a joint call centre), and Public Works and Government Services Canada (for turnkey support for information technology). In addition, we are developing partnerships that support our outreach initiatives and offer cost-sharing opportunities.

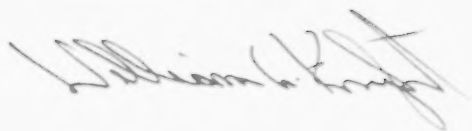
We are striving to put in place an effective program that meets the expectations of Parliament and Canadian consumers, while remaining committed to the efficient use of the resources provided to the Agency.

Management's responsibility for the financial statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and the consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgement, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices, and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the transactions and financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



William G. Knight
Commissioner,
Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon
Deputy Commissioner,
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada

May 28, 2004



AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the statement of financial position of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2004 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2004 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

John Rossetti, CA
Principal
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 28, 2004

Statement of Financial Position

As at March 31

	2004	2003
ASSETS		
Current		
Cash Entitlement	\$ 2,002,702	\$ 2,050,040
Assessments Receivable	130,569	27,994
Other Current Assets	1,741	1,625
Other Assets	92,713	81,571
Capital Assets (note 5)	576,235	683,367
Total Assets	\$ 2,803,960	\$ 2,844,597
LIABILITIES		
Current		
Accounts Payable and Accrued Liabilities (notes 6, 7)	\$ 577,785	\$ 720,308
Unearned Revenue	624,110	650,052
Loan Payable (note 6)	1,500,000	1,350,000
Employee Future Benefits	102,065	124,237
Total Liabilities	\$ 2,803,960	\$ 2,844,597
Equity of Canada	—	—
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA	\$ 2,803,960	\$ 2,844,597

Commitments (note 8)

Approved by:



William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements

Statement of Operations and Equity of Canada

For the year ended March 31

	2004	2003
REVENUE		
Assessments	\$ 6,176,587	\$ 5,382,358
Other Revenue	985	1,094
Total Revenue	6,177,572	5,383,452
EXPENSES		
Salaries and Benefits (note 4)	3,365,851	2,848,840
Professional Services (note 7)	1,083,708	835,886
Accommodation (notes 7, 8)	652,047	616,611
Other	467,683	262,976
Information Management / Information Technology Costs (note 7)	424,478	611,526
Interest	126,017	101,950
Travel	115,960	88,669
Employee Future Benefits	(22,172)	16,994
Total Expenses	6,213,572	5,383,452
Operating Results before Administrative Monetary Penalties and Government Funding	(36,000)	—
Administrative Monetary Penalties (note 9)	17,000	—
Parliamentary Appropriations — Modern Comptrollership (note 10)	36,000	—
Net Operating Results	17,000	—
EQUITY OF CANADA, BEGINNING OF YEAR		
Administrative Monetary Penalties earned on behalf of the Government	(17,000)	—
EQUITY OF CANADA, END OF YEAR	\$ —	\$ —

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Cash Flows

For the year ended March 31

	2004	2003
OPERATING ACTIVITIES		
Net Operating Results	\$ 17,000	\$ —
Non-Cash items included in net operating results		
Amortization of Capital Assets (note 5)	172,525	151,328
Accrued Employee Future Benefits	(22,172)	16,994
Changes in working capital		
(Increase) / Decrease in Assessments Receivable	(102,575)	6,801,115
(Increase) in Other Assets	(11,142)	(50,195)
(Increase) in Other Current Assets	(116)	(1,625)
(Decrease) in Accounts Payable and Accrued Liabilities	(142,523)	(568,759)
(Decrease) in Unearned Revenue	(25,942)	(3,040,537)
Administrative Monetary Penalties Remitted to the Consolidated Revenue Fund	(17,000)	—
Cash Flows (used for) / provided by Operating Activities	(131,945)	3,308,321
INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of Capital Assets (note 5)	(65,393)	(115,607)
Cash Flows (used for) Investing Activities	(65,393)	(115,607)
FINANCING ACTIVITIES		
New Borrowings during the year	6,000,000	1,350,000
Repayments during the year	(5,850,000)	(7,000,000)
Cash Flows provided by / (used for) Financing Activities	150,000	(5,650,000)
CASH ENTITLEMENT		
(Decrease) in cash entitlement during the year	(47,338)	(2,457,286)
Cash Entitlement, Beginning of Year	2,050,040	4,507,326
Cash Entitlement, End of Year	\$ 2,002,702	\$ 2,050,040

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2004

1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or agency corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under Section 13.1 of the Act.

2. Summary of significant accounting policies

a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. The Agency is dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits.

b) Revenue recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as current liabilities (unearned revenue) on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with Section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operation.

c) Employee future benefits

i) Pension benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Superannuation Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees' required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

ii) Severance benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is periodically actuarially determined and is accrued as employees render the services necessary to earn severance benefits.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates.

In those years where no actuarial review is performed, management prepares an estimate of the closing employee future benefits liability, based on the most recent actuarial report and current employee information.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not deposit cash into or issue cheques from its own bank account. The financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

Asset class	Amortization period
Office equipment	4 years
Furniture and fixtures	7 years
Informatics hardware	3 years
Informatics software	5 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant item involving the use of estimates and assumptions is the Agency's allowance for employee future benefits. This liability was actuarially determined for the fiscal year ended March 31, 2004, and was estimated by management for the year ended March 31, 2003.

In those years when no actuarial review is performed, management prepares an estimate of the closing employee future benefits liability, based on the most recent actuarial report and current employee information.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not deposit cash into or issue cheques from its own bank account. The financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking entity administered by the Receiver General for Canada. The Agency's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt owed by the taxpayer.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset as follows:

Asset class	Amortization period
Office equipment	4 years
Furniture and fixtures	7 years
Information hardware	3 years
Information software	5 years
Leased improvements	greater of useful life or term of the lease

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues, and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant item involving the use of estimates and assumptions is the Agency's allowance for employee future benefits. This liability was actuarially determined for the fiscal year ended March 31, 2004, and was estimated by management for the year ended March 31, 2003.

4. Pension Benefits

The estimated employer contributions to the Public Service Superannuation Plan during the year were \$324,052 (2003 — \$259,631).

5. Capital assets

Category	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2004	2003
Leasehold improvements	\$ 375,810	\$ 7,033	\$ 382,843	\$ 116,227	\$ 87,053	\$ 203,280	\$ 179,563	\$ 259,583
Furniture and fixtures	392,884	40,550	433,434	74,084	56,615	130,699	302,735	318,800
Office equipment	36,845	14,817	51,662	10,409	10,146	20,555	31,107	26,436
Informatics hardware	7,650	2,993	10,643	3,612	2,716	6,328	4,315	4,038
Informatics software	79,974	—	79,974	5,464	15,995	21,459	58,515	74,510
Total	\$ 893,163	\$ 65,393	\$ 958,556	\$ 209,796	\$ 172,525	\$ 382,321	\$ 576,235	\$ 683,367

6. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. The terms and conditions of the loan agreement for funds advanced as at March 31, 2004, together with comparatives for the preceding year, are as follows:

Principal amount:	\$1,500,000	(2003 — \$1,350,000)
Maturity date:	Feb. 23, 2005	(2003 — Feb. 21, 2004)
Interest rate:	2.25%	(2003 — 3.38%)

Interest is due upon maturity, and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities. Interest paid during the year was \$127,298 (2003 — \$158,303).

7. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Expenses	2004	2003
Treasury Board — Employee Benefits	\$ 628,079	\$ 507,813
PWGSC — Accommodation	\$ 467,388	\$ 458,803
PWGSC — Information Management / Information Technology	\$ 350,562	\$ 557,500
CDIC — Professional Services (Call Centre Administration)	\$ 259,369	\$ 246,496
Department of Finance — Interest on Loans from the Consolidated Revenue Fund	\$ 125,947	\$ 101,668
PWGSC — Translation Services	\$ 123,245	\$ 63,687
OSFI — Professional Services (Financial Services)	\$ 110,008	\$ 102,060
OSFI — Professional Services (Human Resources Services)	\$ 92,525	\$ 98,232

At the end of the year, amounts due to (from) the above related parties are as follows:

Accounts payable / (Accounts receivable)	2004	2003
PWGSC — Information Management / Information Technology	\$ (60,438)	\$ 136,000
CDIC — Professional Services (Call Centre Administration)	\$ 70,726	\$ 82,103
Treasury Board — Employee Benefits	\$ 62,117	\$ —
Department of Finance — Interest Payable	\$ 3,462	\$ 4,813
PWGSC — Translation Services	\$ 5,279	\$ 6,784
OSFI — Professional Services (Human Resources Services)	\$ —	\$ 8,489
OSFI — Professional Services (Financial Services)	\$ —	\$ 8,820

8. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space, are outlined below.

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2005	\$ 123,464	\$ 291,347	\$ 414,811
2006	100,465	291,347	391,812
2007	105,489	—	105,489
Total	\$ 329,418	\$ 582,694	\$ 912,112

4. Pension Benefits

The estimated employer contributions to the Public Service Superannuation Plan during the year were \$24,052,500, or \$270 million.

5. Capital assets

Category	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2004	2003
Equipment management	\$ 275,033	\$ 1,000	\$ 276,033	\$ 176,297	\$ 87,963	\$ 264,260	\$ 179,562	\$ 255,545
Leases and fixtures	387,554	40,590	428,144	12,084	16,633	28,717	387,222	412,636
Library equipment	26,040	14,215	40,255	15,008	19,120	34,128	31,507	35,406
Inventory systems	1,000	2,700	3,700	2,912	2,700	5,612	4,372	4,000
Other equipment	1,143		1,143	1,264	10,995	12,259	11,612	14,370
Total	\$ 690,770	\$ 68,505	\$ 759,275	\$ 207,565	\$ 127,311	\$ 334,876	\$ 297,403	\$ 320,957

6. Loan payable

FCAC lends its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. The terms and conditions of the loan agreement for funds advanced as of March 31, 2004, together with contingencies for the preceding year, were as follows:

Principal amount	\$2,000,000	(2003) — \$1,250,000
Maturity date	May 31, 2005	(2003) — May 31, 2004
Interest rate	1.00%	(2003) — 1.00%

Interest is due quarterly, and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities. Interest paid during the year was \$27,200 (2003 — \$28,000).

7. Related party transactions

FCAC is related to several common ownership or affiliated government or Canada department, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of let services to the Agency and its staff in connection with its mandate. FCAC currently works with the following persons:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Expenses	2004	2003
Treasury Board — Employee Benefits	\$ 628 079	\$ 507 813
PWGSC — Accommodation	\$ 467 388	\$ 458 863
PWGSC — Information Management / Information Technology	\$ 358 562	\$ 357 500
EDC — Professional Services (Call Centre Administration)	\$ 259 389	\$ 246 496
Department of Finance — Interest on loans from the Consolidated Revenue Fund	\$ 125 947	\$ 101 668
PWGSC — Translation Services	\$ 123 245	\$ 103 687
OSFI — Professional Services (Financial Services)	\$ 110 000	\$ 102 060
OSFI — Professional Services (Human Resources Services)	\$ 62 525	\$ 48 232

At the end of the year, amounts due to / from the above related parties are as follows:

Accounts payable / (Accounts receivable)	2004	2003
PWGSC — Information Management / Information Technology	\$ 100 430	\$ 136 000
EDC — Professional Services (Call Centre Administration)	\$ 70 706	\$ 82 103
Treasury Board — Employee Benefits	\$ 62 117	\$ —
Department of Finance — Interest Payable	\$ 3 462	\$ 4 873
PWGSC — Translation Services	\$ 2 219	\$ 8 184
OSFI — Professional Services (Human Resources Services)	\$ —	\$ 8 488
OSFI — Professional Services (Financial Services)	\$ —	\$ 8 820

8. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space, are outlined below:

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2005	\$ 123 464	\$ 291 347	\$ 414 811
2006	100 465	291 347	391 812
2007	105 489	—	105 489
Total	\$ 329 418	\$ 582 694	\$ 912 112

9. Administrative Monetary Penalties

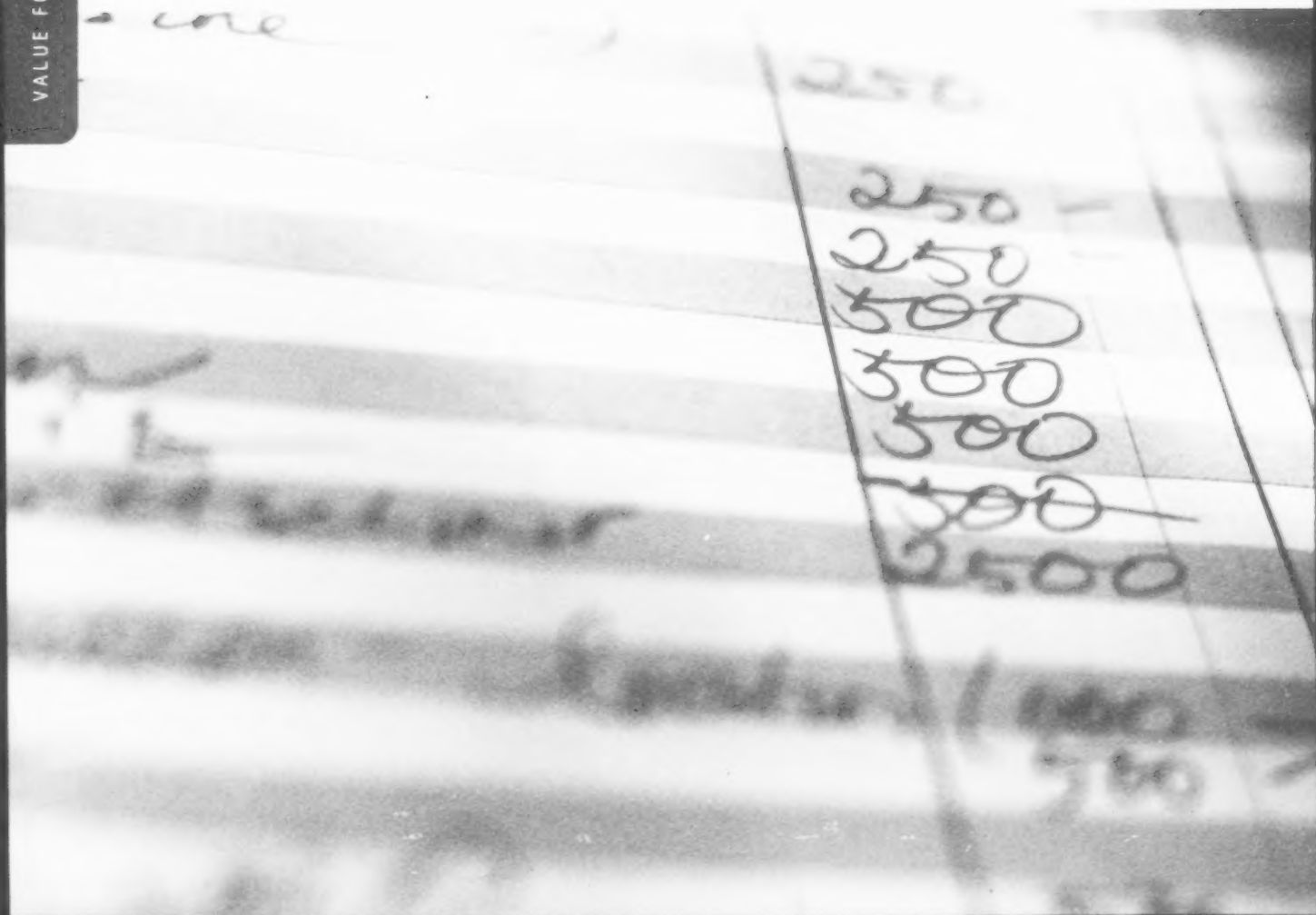
The Commissioner of the FCAC may issue Notices of Violation and impose an administrative penalty in cases where he believes that there has been a violation of the consumer provisions or non-compliance with any compliance agreement entered into under an Act listed in Schedule I to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as \$50,000 for an individual and \$100,000 for an institution.

Penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied \$17,000 (2003 — nil) in administrative monetary penalties during fiscal year 2003-04.

10. Parliamentary Appropriation

During fiscal year 2003-04, FCAC was granted a non-recurring appropriation of \$36,000 (2003 — nil) to be applied to activities consistent with the Government Modern Comptrollership initiative.



Appendix A

Glossary

Adherence (to a voluntary code of conduct or public commitment)

After investigation of a complaint, a finding by the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) that the actions of the financial institution concerned are consistent with that institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

Administrative Monetary Penalty

A monetary penalty that the Commissioner can impose. This could be as high as \$50,000 for an individual or \$100,000 for an institution. The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation and any history of previous violations.

Case

A file opened by FCAC's Compliance and Industry Relations Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

Closed case

Compliance case investigated by FCAC and concluded by March 31.

Code of conduct

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that financial institution or industry association. FCAC monitors adherence by federally regulated financial institutions to their voluntary codes of conduct.

Coercive tied selling

The action of coercing or using undue pressure in order to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate as a condition for obtaining another product or service from that same source.

Complaint-handling procedures

Procedures that federally regulated financial institutions are required by law to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada.

Compliance framework

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

Examination, annual

An examination conducted by FCAC once in each calendar year for the purpose of satisfying the Commissioner that a financial institution is in general compliance with the consumer provisions applicable to that institution.

Examination, special

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, for the purpose of satisfying the Commissioner that a financial institution is complying with specific consumer provisions applicable to that institution.

Filing

A document that a federally regulated financial institution is required by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*) to file with FCAC.

Letter of Reprimand

An administrative measure, provided for in FCAC's compliance framework. It may be used in cases where a violation by a financial institution involves an isolated problem and has limited impact on the consumer, but where a Notice of Violation is not required. In a letter sent to the institution, the Commissioner notes the violation and confirms that proper corrective action has been taken.

Non-adherence

After investigation by FCAC, a determination that a complaint has merit and that the actions of a particular financial institution do not comply with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that it has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the amount of the Administrative Monetary Penalty levied against the institution by FCAC. The Commissioner may also publicize the violation.

Opened case

Case entered into FCAC's tracking system.

Pending case

Compliance case still under investigation by FCAC as of March 31.

Public Accountability Statement

A statement that each large financial institution is required by law to publish annually and file with the FCAC Commissioner. It describes the contributions made by that institution to Canada's economy and society.

Public commitment

A commitment made publicly by a financial institution or an industry association (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or association. FCAC monitors adherence by federally regulated financial institutions to their public commitments.

Self-reported complaint / Reportable complaint

A complaint involving a consumer provision, escalated by a financial institution to the reportable level of that institution's complaint-handling procedure. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the framework) that involves a consumer provision.

Violation

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Regulations*.

Withdrawn case

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has requested that FCAC not proceed any further with its investigation or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to continue its investigation.



Appendix B

Consumer provisions and regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

Type of consumer provisions	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect)	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts	X			
Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect) <i>Note: instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i>	X			
Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge	X	X		X
Prohibition on charging for cashing government cheques	X	X		X
Obligation to cash government cheques to a maximum of \$1,500, as specified by regulation	X			
Requirement to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for large institutions (with equity of \$1 billion or more) to file Public Accountability Statements	X	X	X	
Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC	X	X	X	X
Requirement to join a separate complaints resolution organization		X	X	X
Restriction concerning coercive tied selling	X			

<i>Type of consumer provisions</i>	<i>Banks</i>	<i>Trust and loan companies</i>	<i>Insurance companies</i>	<i>Retail associations</i>
Requirements to disclose information to consumers as required by regulation (e.g. regulations on index-linked deposits, cheque holding policies)	X	X	X	X
Consumers' right to prepay loans	X	X	X	X
Institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions	X	X	X	X

<i>Related matters</i>	<i>Banks</i>	<i>Trust and loan companies</i>	<i>Insurance companies</i>	<i>Retail associations</i>
Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner, as necessary	X	X	X	X
Requirement for annual compliance examination and reporting	X	X	X	X
Ability to enter into Compliance Agreements	X	X	X	X
Requirement to pay assessments for funding of FCAC	X	X	X	X
Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

Type of consumer provisions	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X

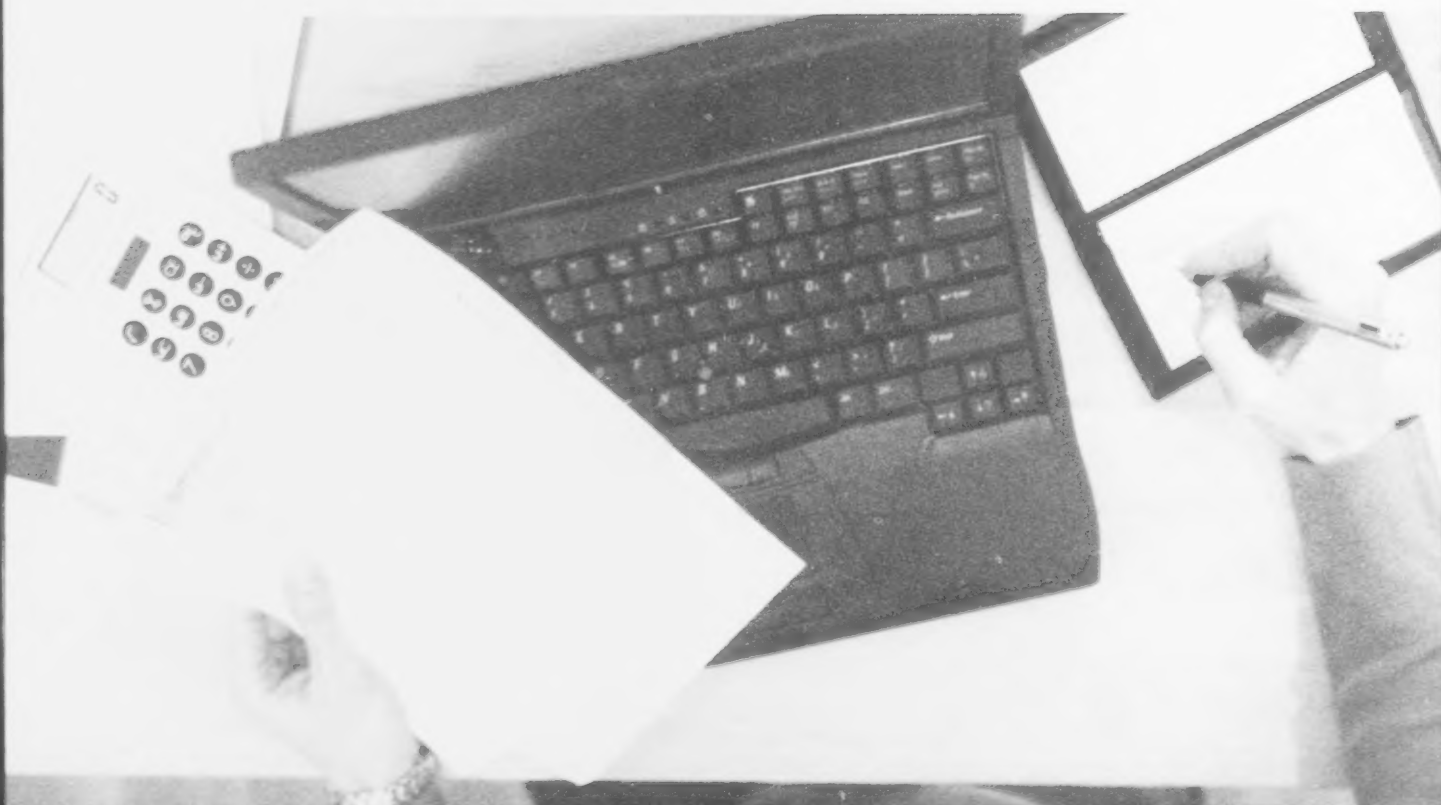
Related matters	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X
Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations Recommendations for consumer education by consumer associations	X	X	X	X

Appendix C

Status of consumer provision regulations as of March 31, 2004

<i>Name of regulations</i>	<i>Status</i>	<i>Reference No.</i>
<i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	in force	SOR/2003-184
<i>Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-39
<i>Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-370
<i>Complaint Information (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-371
<i>Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-373
<i>Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-372
<i>Complaint Information (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2001-374
<i>Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-375
<i>Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-262
<i>Cost of Borrowing (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-101
<i>Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-102
<i>Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-103
<i>Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-263
<i>Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-104
<i>Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/99-278
<i>Disclosure of Charges (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/92-324
<i>Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-297
<i>Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468
<i>Disclosure of Interest (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469
<i>Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-298
<i>Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470

<i>Name of regulations</i>	<i>Status</i>	<i>Reference No.</i>
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-471
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-472
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-299
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-473
<i>Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations</i>	in force	SOR/2001-474
<i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i>	in force	SOR/2002-101
<i>Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations</i>	in force	SOR/2002-102
<i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70
<i>Notices of Uninsured Deposits Regulations</i>	in force	SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338
<i>Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-133



Name of regulations	Status	Reference No.
<i>Distance in Account Opening by Telephone Request (Automated Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR 2001-471
<i>Distance in Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i>	in force	SOR 2001-472
<i>Distance in Account Opening by Telephone Request (Hotel Associations) Regulations</i>	in force	SOR 2003-299
<i>Distance in Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR 2001-473
<i>Access to Consumer Agency of Canada Access to a List of Financial Institutions Regulations</i>	in force	SOR 2001-474
<i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i>	in force	SOR 2002-101
<i>Interest on Deposits (Interest Accrual) Regulations</i>	in force	SOR 2002-102
<i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR 2002-104 as amended by SOR 2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Consumer Credit Formulated) Regulations</i>	in force	SOR 2002-105 as amended by SOR 2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR 2002-106 as amended by SOR 2003-70
<i>Notice of Withdrawal Deposits Regulations</i>	in force	SOR 94-388 as amended by SOR 2002-133
<i>Public Accountability Statements (Banks, Financial Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR 2002-133



Appendix D

Major codes of conduct and *public commitments* *monitored by FCAC*

Codes of conduct

Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities

Outlines the banks' standards for branch employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

Public commitments

Credit Cards

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

Guidelines for the Transfer of Registered Plans

Explanation of the maximum time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

Low-Cost Accounts

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

Plain-Language Mortgage Documents

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

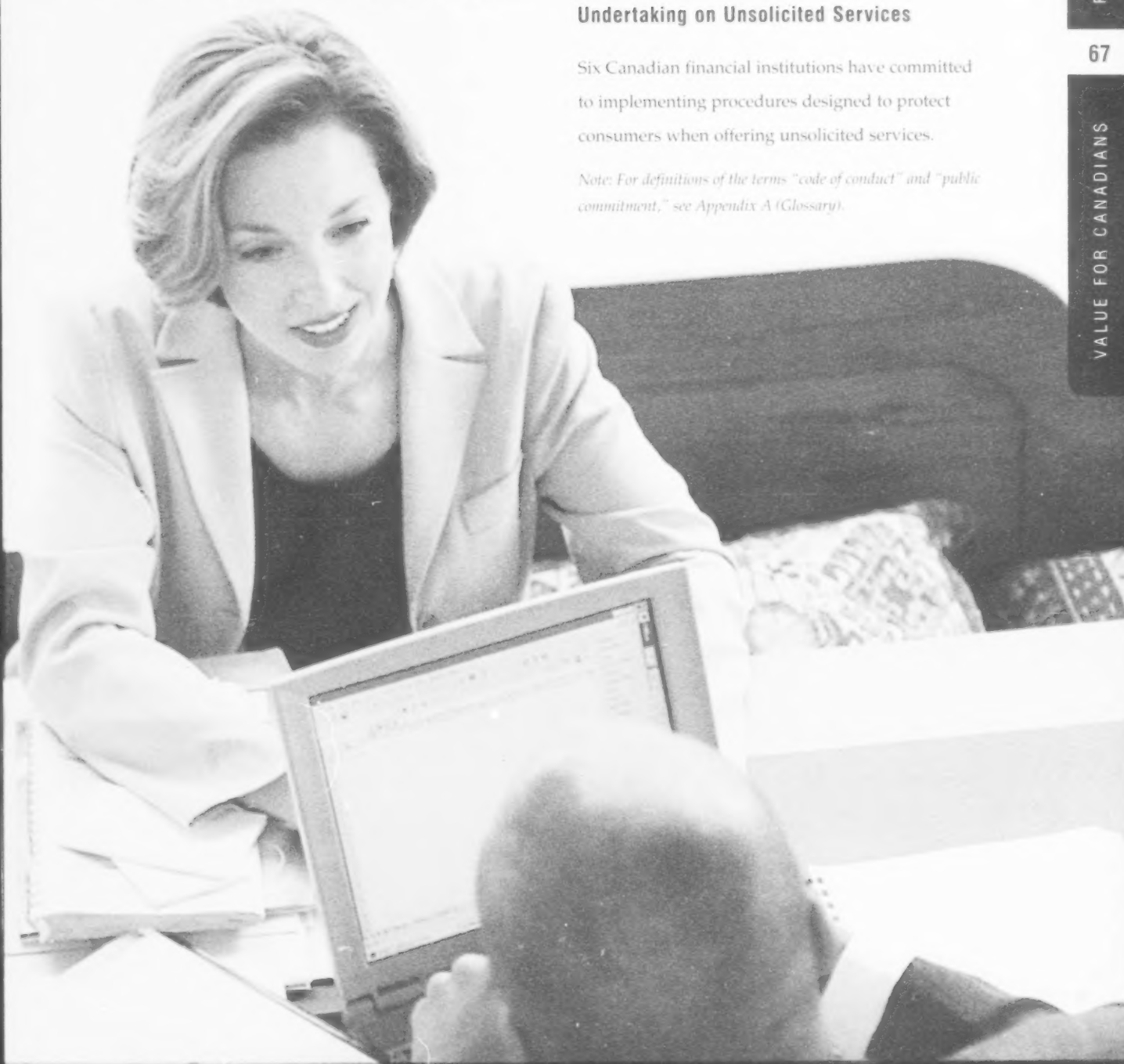
Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

Undertaking on Unsolicited Services

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.

Note: For definitions of the terms "code of conduct" and "public commitment," see Appendix A (Glossary).





Value for **Canadians**

ANNUAL REPORT 2003-2004



Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Financial Consumer
Agency of Canada

Dans l'intérêt des Canadiens



RAPPORT ANNUEL 2003-2004



Protéger les consommateurs



Informer les Canadiens

Canada

Notre *mission*

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :

- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
- fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

Comment communiquer avec l'ACFC

Pour obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer des exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC).

Téléphone 1 866 481-2232 (sans frais)

(Centre de communications avec les consommateurs)

Télexcopieur 1 866 814-2224 (sans frais)

Courriel

information info@acfc.gc.ca

publications pub@acfc.gc.ca

demandes des médias media@acfc.gc.ca

Site Web www.acfc.gc.ca

Adresse Agence de la consommation en matière financière du Canada
Edifice Enterprise, 6^e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N^o de catalogue : FCI-2004

ISBN : 0-662-68255-6



Table des matières

<i>Lettre du commissaire</i>	3
<i>Le bilan de l'année</i>	
Aperçu	7
Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques	9
Direction de la conformité et des relations avec l'industrie	19
<i>Dans l'intérêt des Canadiens</i>	
Questions qui préoccupent les Canadiens	25
Donner suite aux préoccupations des Canadiens	35
Activités de l'ACFC	37
Rendement de l'ACFC	41
<i>Liste des figures et schémas</i>	45
<i>États financiers</i>	46
<i>Annexes</i>	
A : Glossaire	59
B : Dispositions et règlements visant les consommateurs	62
C : État des règlements	64
D : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC	66



Edifice Enterprise
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Le 22 septembre 2004

L'honorable Ralph E. Goodale, C.P., député
Ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0M6

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1^{er} avril 2003 au 31 mars 2004, soit la deuxième année d'activités complète de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Le commissaire,

William G. Knight

c.c. L'honorable John McKay, C.P., député,
secrétaire parlementaire du ministre des Finances

Canada



Lettre du *commissaire*

La deuxième année d'activités complète de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada est maintenant terminée. Pour nous, il ne fait aucun doute que cette année aura été marquée par la mise en œuvre du Règlement sur l'accès aux services bancaires de base, le 30 septembre 2003. Le Règlement prescrit le droit légitime des Canadiens d'avoir accès aux services bancaires de base, y compris le droit d'ouvrir un compte de dépôt personnel.

Le nouveau *Règlement* confère à l'Agence le plein pouvoir législatif de remplir son mandat, lequel consiste à informer les Canadiens de leurs droits et responsabilités dans le secteur financier, et à surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs. En remplissant son mandat et en appliquant le nouveau *Règlement*, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada travaille dans l'intérêt des Canadiens et du secteur.

La contribution de l'Agence est indéniable. En effet, ses activités sont en grande partie dictées par une demande sans cesse croissante des consommateurs à l'égard de ses services, ce qui indique manifestement que les Canadiens ne demandent qu'à recevoir l'aide et l'information que nous mettons à leur disposition.

En 2003-2004, la demande exprimée à l'égard de nos publications imprimées a presque doublé par rapport à l'année précédente, et le nombre de téléchargements des publications affichées dans le site Web de l'Agence a presque quintuplé.

Les relations que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada entretient avec les Canadiens servent d'avertissement précoce en attirant notre attention sur les éventuels problèmes relatifs à la réglementation et aux codes de conduite volontaires. Nous pouvons ainsi adopter une approche proactive pour ce qui est de tels problèmes, et les aborder avant qu'ils n'aient des répercussions sur de grands nombres de Canadiens. Cette façon de procéder rend encore plus utiles les activités que mène l'Agence, car une décision prise par le commissaire dans un cas donné peut avoir une incidence sur la situation financière de dizaines, voire de centaines, de milliers de Canadiens.

En 2003-2004, j'ai pris de nombreuses décisions qui ont témoigné de l'application vigoureuse de la réglementation par l'Agence. Les Canadiens s'attendent à ce que le marché soit juste et concurrentiel, et les décisions que j'ai prises traduisent l'engagement de l'Agence de la consommation en matière financière envers les consommateurs canadiens.

Les décisions prises l'année dernière se rapportaient à des cas liés à des droits importants des consommateurs et à des questions les intéressant, notamment :

- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation inexacte du coût d'emprunt;
- la non-divulgation des taux d'intérêt applicables aux cartes de crédit;
- la non-divulgation des taux hypothécaires;
- le défaut d'afficher des avis concernant les frais;
- le défaut de donner un préavis de fermeture de succursale.

Les décisions que j'ai prises ont donné lieu à de nombreuses lettres de réprimande, des ententes de conformité, des procès-verbaux de violation et une sanction administrative pécuniaire de 50 000 \$ (qui fait actuellement l'objet d'un appel).

En 2004-2005, la conformité sera notre principal cheval de bataille. Nous appliquerons le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* à la lettre. Nous mettrons les consommateurs et les institutions financières au courant du fait que les Canadiens ont le droit de recevoir des services bancaires de base, et que ces droits doivent être respectés.

Ce faisant, nous veillerons à l'application transparente de la réglementation. Si nous décelons un cas de violation qui pourrait être lourd de conséquences pour les consommateurs, nous en informerons le public dès que la décision du commissaire sera finale.

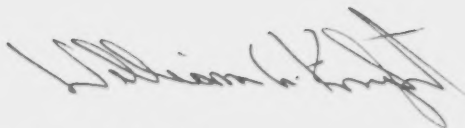
Nous continuerons aussi à établir des partenariats qui pourront nous aider à communiquer avec les Canadiens et à faire en sorte qu'ils connaissent leur droit à des services bancaires de base. Entre autres initiatives, nous travaillerons avec des organisations qui tentent de venir en aide aux Canadiens vulnérables, en particulier ceux dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées. Nous nous pencherons également sur les problèmes se rapportant aux obligations dont les banques doivent s'acquitter envers les petites entreprises.

Lorsque je pose un regard rétrospectif sur nos réalisations en 2003-2004, la réaction positive de milliers de Canadiens à l'égard des efforts déployés par l'Agence m'impressionne et me réjouit à la fois. La diligence avec laquelle ils ont porté leurs préoccupations à notre attention a très largement contribué à l'exécution couronnée de succès de notre mandat. Un partenariat fort a vu le jour entre l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et les Canadiens; c'est l'une de nos grandes réalisations.

Je tiens à remercier nos nombreux autres partenaires et intervenants, notamment les institutions financières que nous réglementons, pour leur précieuse contribution à l'amélioration du secteur financier dans l'intérêt du secteur et des consommateurs.

Je conclurai en soulignant le travail tout à fait remarquable des membres du personnel expérimenté, novateur et débordant d'énergie de l'Agence au cours de l'année écoulée. Le succès que nous constatons aujourd'hui n'aurait pas été possible sans le dévouement dont ils ont fait preuve envers l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et sa mission.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight





Le **bilan** de l'année

En matière financière, les Canadiens veulent faire leurs propres choix. Ils reconnaissent cependant l'importance de la fonction de surveillance des institutions financières qu'exerce le gouvernement pour assurer leur protection. Et c'est là où la mission de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) prend tout son sens auprès des Canadiens, car elle se situe sur ces deux fronts.

À l'ACFC, notre vision est celle d'un secteur financier juste et concurrentiel, au sein duquel les Canadiens peuvent obtenir facilement des renseignements fiables et objectifs qui les aident à prendre des décisions éclairées en matière financière. Nous croyons également en un secteur où les institutions financières s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs, la transparence est la règle et non l'exception, et l'intervention est rapide et efficace pour faire obstacle à la non-conformité.

Vu le mandat qui lui est confié et la façon dont elle remplit sa mission d'information et de protection des consommateurs, l'Agence se distingue nettement des services de médiation ou de protection du citoyen qu'offrent les banques et d'autres institutions financières. De tels services se fondent uniquement sur les plaintes reçues. Ils sont offerts lorsqu'un problème survient entre un consommateur et une institution, et ils répondent à une situation donnée. Pour sa part, l'ACFC a adopté une stratégie plus proactive. En effet, nous veillons à repérer les problèmes éventuels avant qu'ils ne surgissent et nous prenons des mesures préventives pour éviter qu'ils n'aient des répercussions à grande échelle.

Aider les Canadiens à prendre des décisions éclairées

L'ACFC est le point d'accès à des renseignements formulés en un langage simple, qui permettent aux consommateurs d'avoir une idée claire et précise de leurs droits et responsabilités dans le secteur financier. Munis de cette information, les consommateurs peuvent choisir les stratégies et les outils financiers qui répondent le mieux à leurs besoins.

L'augmentation marquée de la demande des consommateurs à l'égard de nos publications imprimées et électroniques témoigne du succès que nous avons remporté dans ce domaine. Le nombre de brochures et de livrets imprimés que nous avons distribués a presque doublé, passant de 50 115 en 2002-2003 à 91 381 en 2003-2004. Quant au nombre de téléchargements du Web, il est passé de 45 616 en 2002-2003 à 221 682, soit une hausse de près de 500 p. 100.

Écouter les Canadiens

L'ACFC prête une oreille attentive aux consommateurs, et elle répond à leurs questions. Les documents que nous produisons pour éduquer les consommateurs donnent suite aux tendances que nous relevons dans les demandes de renseignements et les plaintes que nous recevons. Cette façon de procéder nous permet de repérer les lacunes en matière d'information et de les combler. Les consommateurs se montrent enthousiastes à l'égard de l'information que nous leur offrons. En 2003-2004, les consommateurs ont communiqué avec nous 17 880 fois, comparativement à 14 505 fois en 2002-2003.

Améliorer le secteur financier

L'ACFC établit des normes qui améliorent le secteur financier. Elle accomplit des progrès sur les plans de la transparence et de la divulgation, et travaille avec les institutions financières pour être sûre que celles-ci fournissent une information complète, exacte et claire aux consommateurs. Elle prend également des mesures pour veiller à ce que le cadre de conformité mis en place avec les institutions financières soit toujours d'actualité.

À l'interne, l'ACFC élabore des normes pour son propre rendement en matière de service. Les résultats constatés sont excellents : d'après les résultats d'un sondage indépendant mené à la fin de 2003, la satisfaction des consommateurs envers l'ACFC est très élevée. Près de 90 p. 100 des répondants au sondage ayant eu recours à son Centre de communications avec les consommateurs étaient d'avis que les préposés avec lesquels ils se sont entretenus faisaient très bien leur travail.



Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

Informers les Canadiens

En 2003-2004, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC s'est surtout occupée de sensibiliser davantage les Canadiens à la nouvelle réglementation sur l'accès aux services bancaires et de conseiller les consommateurs sur la façon dont ils peuvent obtenir des renseignements qui les aideront à faire des choix judicieux en matière financière.

Produits et instruments d'information pour les Canadiens

En 2003-2004, la Direction a redoublé d'effort pour distribuer des documents d'information à divers publics, notamment les consommateurs, les groupes de défense des consommateurs, les parlementaires, les bibliothèques et les institutions financières.

Guides du consommateur

En 2003-2004, la demande exprimée à l'égard des deux guides du consommateur de la Direction, à savoir *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et le *Guide du coût des services bancaires*, est demeurée élevée.

• *Les cartes de crédit : à vous de choisir*

La Direction a fait paraître deux numéros de ce guide très appréciée au cours du dernier exercice. Pour qu'il soit le plus facile possible à utiliser, l'Agence en a modifié la présentation en janvier 2004. La trousse contient maintenant quatre livrets

rédigés en un langage simple et dix tableaux qui décrivent les diverses catégories de cartes de crédit. La trousse comprend également une feuille de calcul interactive que les consommateurs peuvent utiliser lorsqu'ils magasinent pour une carte de crédit, ainsi qu'un glossaire des termes propres aux cartes de crédit.

Les quatre livrets sont les suivants :

- *Comment tirer profit d'une carte de crédit : comprendre les termes et conditions de votre carte*
- *Vos droits et responsabilités : le coût d'emprunter avec une carte de crédit*
- *Bien gérer votre argent : comment économiser avec une carte de crédit*
- *En toute sécurité : comment protéger votre carte de crédit et vos antécédents en matière de crédit*

Les dix tableaux comparent les caractéristiques de diverses cartes de crédit et les frais qui s'y appliquent, notamment les cartes de crédit standard et à taux réduit, ainsi que les cartes de crédit pour étudiants, les cartes de crédit avec garantie et les cartes de crédit or ou platine.

• *Guide du coût des services bancaires*

Ce guide convivial décrit presque tous les forfaits de services bancaires qu'offrent 14 institutions financières canadiennes. Il aide les consommateurs à comparer les forfaits pour choisir celui qui répond le mieux à leurs besoins.

Le guide interactif a été conçu en format Web et en format d'impression facile à utiliser. Les deux versions contiennent de l'information sur les comptes pour étudiants, pour jeunes, pour personnes âgées et les comptes à frais modiques, ainsi que des conseils et des renseignements visant à aider les consommateurs à réduire leurs frais bancaires mensuels.

Brochures et livrets

Dans son effort constant de sensibilisation aux obligations des institutions financières et aux responsabilités des consommateurs, l'ACFC a publié plusieurs nouveaux livrets et brochures :

- *Ouvrir un compte de banque personnel*
- *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada*
- *Vos droits et responsabilités : ce que vous devez savoir lorsque vous ouvrez un compte bancaire*
- *Vous songez à un produit de placement lié au rendement boursier? Ce que vous devez savoir sur les épargnes à terme indicelles vendues au Canada*
- *Et si votre succursale fermait ses portes?*

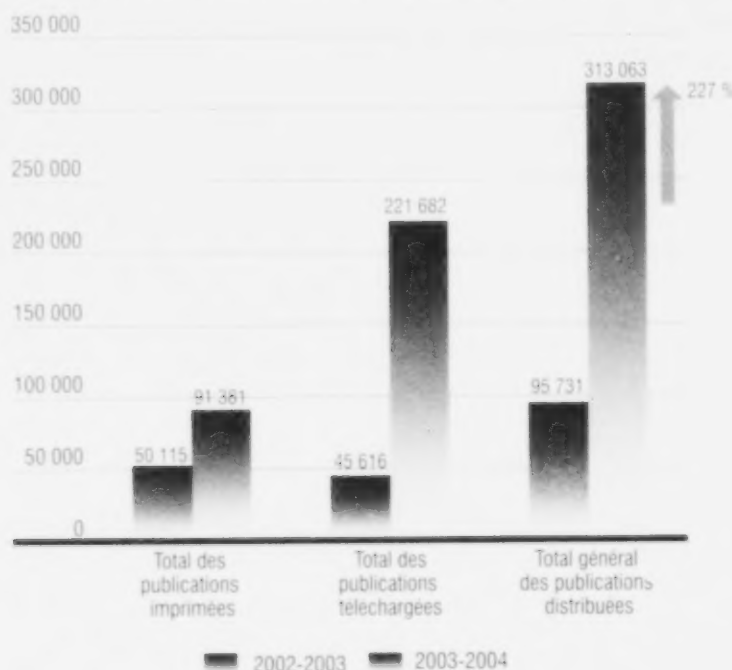
L'ACFC a continué de distribuer quatre brochures publiées antérieurement, en version imprimée et en format électronique :

- *La protection de vos intérêts*
- *Nous travaillons à éduquer et à protéger les consommateurs*
- *Une nouvelle approche concernant l'aide aux consommateurs*
- *Ce que vous ne savez pas peut vous toucher*

La Direction a également produit une nouvelle affiche dont le but est de faire connaître l'ACFC aux consommateurs. Des exemplaires ont été distribués à l'échelle du Canada par l'intermédiaire des divers partenaires qui contribuent au rayonnement de l'ACFC (voir la section intitulée « Initiatives de liaison externe », p. 14).

La figure 1 montre l'augmentation spectaculaire du nombre de publications distribuées par l'ACFC en version imprimée et par téléchargement de son site Web. Le pourcentage d'augmentation est en effet surprenant : 227 p. 100 au cours du dernier exercice.

Figure 1 : Distribution des publications de l'ACFC



Comprendre les besoins des Canadiens à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées

Pour remplir son mandat de protection et d'information des consommateurs, l'ACFC doit veiller à ce qu'ils comprennent bien l'information qu'elle leur fournit.

En 2003-2004, l'ACFC a dirigé plusieurs groupes de consultation réunissant des consommateurs à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées, pour savoir comment ils réagissaient face aux documents de base qu'elle publie dans le cadre de son volet d'éducation. Des participants francophones et anglophones de Saint John, Montréal, Toronto et Vancouver ont examiné deux publications de l'ACFC : *Ouvertir un compte de banque personnel* et *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada*. Les documents étaient rédigés en un langage simple. Chaque publication a été présentée sous trois formes : une brochure, un livret et une fiche de renseignements.

Les groupes de consultation ont permis à l'Agence de se rendre compte de la manière dont ces consommateurs utilisent et comprennent ses documents, et de la façon dont l'information peut leur être plus accessible. Les données obtenues seront d'une valeur inestimable pour élaborer, ultérieurement, des documents destinés à ce public. Dans un premier temps, nous réviserons les brochures soumises aux groupes de consultation afin d'intégrer les enseignements tirés.

Comme le montre la démarche consultative adoptée, l'ACFC souhaite que le plus grand nombre possible de Canadiens comprennent le contenu de ses publications. À cette fin, l'ACFC a créé un comité de rédaction chargé d'examiner certaines publications pour vérifier si elles sont conformes aux normes de rédaction en un langage simple.

Nous avons également travaillé avec la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. Cette organisation nous a aidés à évaluer les niveaux

d'alphabétisation requis pour comprendre nos publications et nous a fourni des recommandations sur la façon de les rendre plus accessibles aux consommateurs qui ont des capacités d'écriture et de lecture limitées.

Ressources du site Web

La rubrique la plus fréquemment visitée du site Web de l'ACFC a été « Pour les consommateurs », suivie de « Publications » et de « Renseignements sur la conformité ». Pendant l'année écoulée, le site a été visité en moyenne par 700 visiteurs par jour, soit près du double de la moyenne quotidienne de l'année précédente. En 2003-2004, on a compté plus de 250 000 visites du site Web, contre environ 132 000 en 2002-2003 (voir la figure 2, p. 12).

Depuis que l'ACFC a lancé son site Web en octobre 2001, le nombre de visites enregistré par mois n'a cessé de s'accroître (voir la figure 3, p. 12). Janvier 2004 a été le mois record de l'exercice écoulé; on a enregistré 32 555 visites après la parution de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir* dans sa nouvelle version.

En 2003-2004, les documents et les outils les plus fréquemment demandés par l'intermédiaire du site Web ont été *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, le *Guide du coût des services bancaires*, le *Rapport annuel* et le *Guide du consommateur de services bancaires de base*. Les publications de l'ACFC ont été téléchargées du Web à 221 682 reprises, soit près de 5 fois plus qu'en 2002-2003.

Les ressources de l'ACFC dans le Web sont décrites dans les paragraphes qui suivent.

Les décisions du commissaire

Depuis l'automne 2003, l'ACFC diffuse dans son site Web les décisions finales du commissaire à l'égard des cas de conformité se rapportant à la violation d'un règlement ou au non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public. En rendant les décisions publiques, l'ACFC réalise l'objectif qu'elle s'est fixé en matière de transparence et de divulgation.

Figure 2 : Utilisation du site Web de l'ACFC

	Exercice		
	2001-2002 ¹	2002-2003	2003-2004
Nombre de visites	51 740	50 787	55 853
Nombre de visites de nouveaux visiteurs	190	362	588
Nombre de visites de visiteurs de retour	50 550	50 425	55 265
Nombre de visites de visiteurs de retour	50 058	50 063	54 677
Nombre de visites interactives et aux questionnaires			
			Nombre de visites 2003-2004
Consultation des services de médiation			3 412
Accès aux services de médiation			7 100
Consultation des services de médiation			78
Accès aux services de médiation			18 284
TOTAL DES VISITES INTERACTIVES ET AUX QUESTIONNAIRES			21 347

Figure 3 : Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement

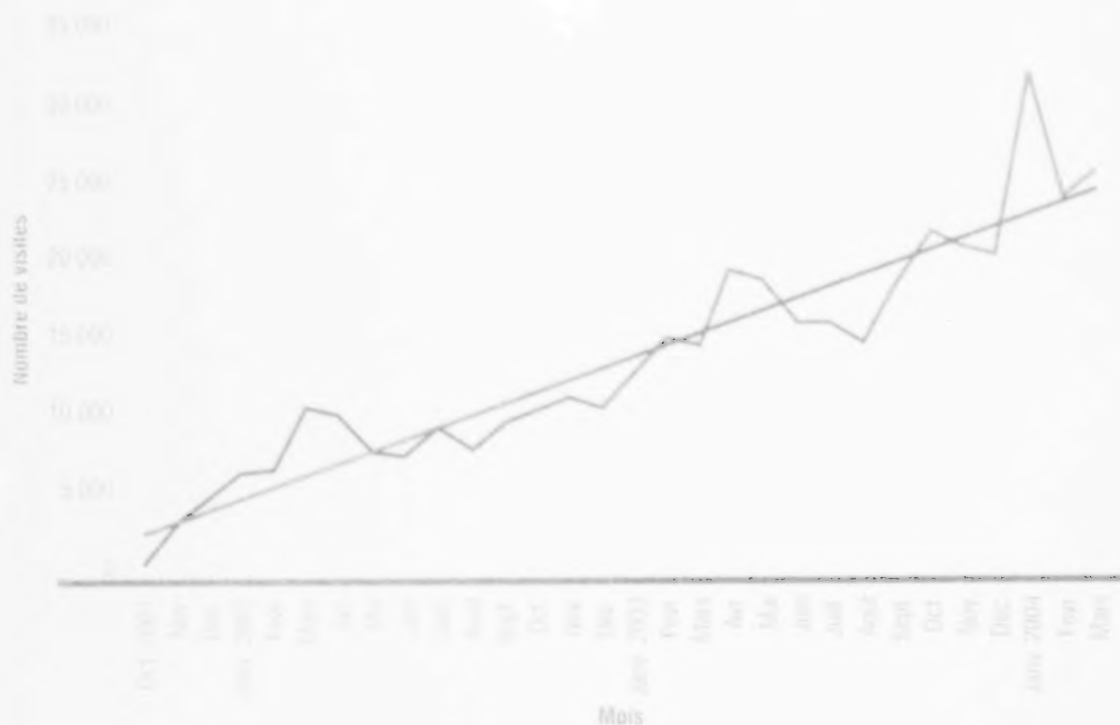


Figure 2 : Utilisation du site Web de l'ACFC

	Exercice		
	2001-2002 ¹	2002-2003	2003-2004
Nombre de visites ²	34 718	132 197	254 854
Nombre moyen de visites par jour	190	362	696
Durée moyenne des visites (en minutes) ³	00:16:27	00:13:38	00:11:51
Durée médiane des visites (en minutes) ⁴	00:02:14	00:02:23	00:02:33
Nouveaux outils interactifs et jeux-questionnaires			Nombre de visites, 2003-2004
Jeu-questionnaire sur les droits et responsabilités			3 412
Jeu-questionnaire sur les cartes de crédit			3 181
Jeu-questionnaire sur les hypothèques			10
Outil Guide du coût des services bancaires			14 744
TOTAL DES VISITES, OUTILS INTERACTIFS ET JEUX-QUESTIONNAIRES			21 347

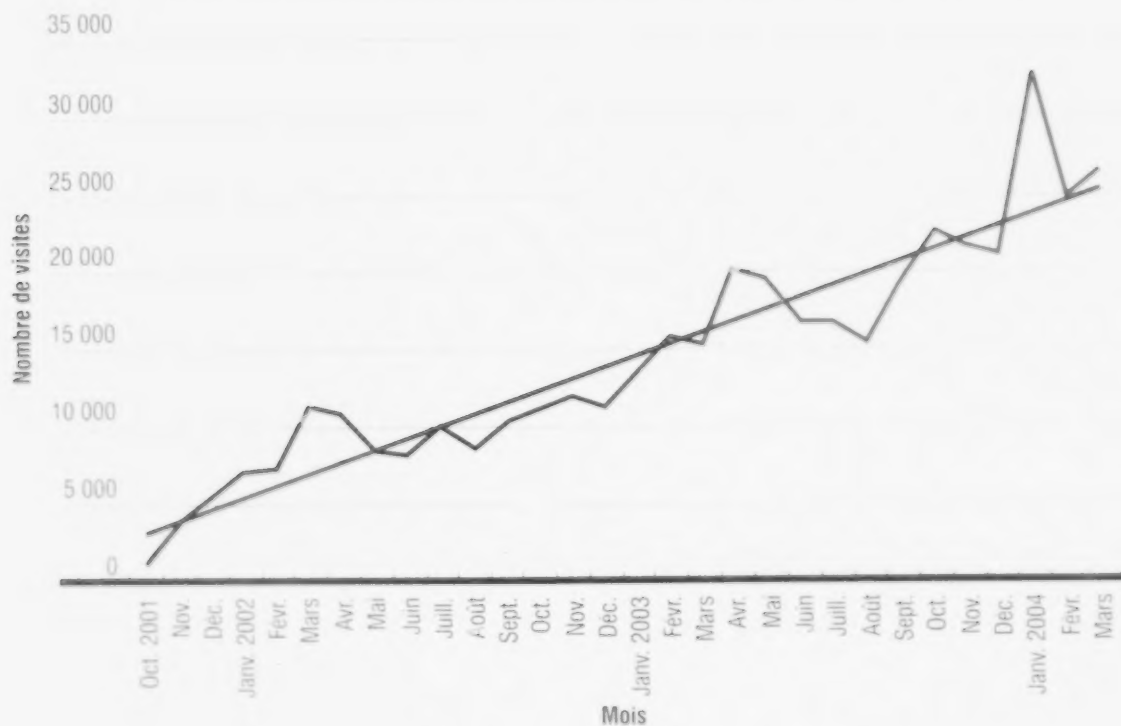
1 Les chiffres se rapportent à une période de 15 à moins, soit de l'ouverture de l'Agence le 14 octobre 2001 au 31 mars 2002.

2 Le **nombre de visites** représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si la même personne revient plusieurs fois, on suppose que le visiteur a mis fin volontairement à la visite. Si le visiteur continue à consulter le site après la limite de temps fixée, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite. La limite de temps n'est pas définie, soit de 30 minutes.

3 La **durée moyenne des visites** représente la durée totale de la visite du site divisée par le nombre total de visites.

4 La **durée médiane des visites** représente le point milieu. À partir de ce point, la moitié des visites sont plus longues et l'autre moitié plus courtes. La durée médiane est généralement plus élevée que la durée d'une visite typique que la durée moyenne des visites.

Figure 3 : Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement



Mises à jour et guides offerts uniquement en ligne

• *Mises à jour sur les frais imposés pour l'utilisation des GAB*

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a poursuivi sa recherche sur les frais prélevés pour l'utilisation des guichets automatiques bancaires (GAB) et elle a produit une mise à jour, à l'intention des consommateurs, sur les frais qui s'appliquent pour les retraits d'argent aux GAB.

• *Faits et conseils sur les prêts hypothécaires*

Ce guide des prêts hypothécaires à l'intention des consommateurs traite :

- de ce que les consommateurs devraient savoir avant de présenter une demande d'hypothèque;
- des responsabilités des consommateurs en matière d'hypothèques;
- des droits des consommateurs en matière d'hypothèques, selon la législation fédérale;
- de ce que les consommateurs devraient savoir après avoir fait une demande d'hypothèque;
- des conditions des prêts hypothécaires;
- des moyens permettant de rembourser une hypothèque plus rapidement.

• *Comment vous protéger contre la fraude par carte de débit*

La Direction a préparé cette brochure en collaboration avec Industrie Canada. On peut la consulter dans le site Web de ce ministère ou au moyen du lien qui est proposé dans le site Web de l'ACFC. Ce document explique aux consommateurs ce qu'ils doivent faire s'ils sont victimes d'une fraude par carte de débit et fournit de l'information sur les questions de responsabilité.

L'ACFC donnera accès à une version à jour du Code de pratique canadien des services de cartes de débit dès que les modifications apportées au Code actuel de l'industrie entreront en vigueur. L'ACFC siège à titre d'observateur au Groupe de travail sur le transfert électronique de fonds, qui compte des représentants du gouvernement fédéral, des provinces, des institutions financières

et de l'industrie. Le Groupe se réunit pour examiner le Code et y apporter des modifications, au besoin; le but visé est de faire en sorte que le Code protège les consommateurs et reflète les pratiques courantes du marché.

• *Comptes à frais modiques*

Cette brochure décrit les comptes bancaires à frais modiques qu'offrent huit institutions financières canadiennes et présente les caractéristiques respectives de ces comptes.

Outils interactifs

• *Guide du coût des services bancaires*

Le Guide, qui est régulièrement mis à jour, permet à ceux qui le consultent de sélectionner leur région géographique et la catégorie de consommateurs à laquelle ils appartiennent. Une fois cette sélection faite, le Guide indique les forfaits de services bancaires offerts dans leur région, en fonction de leurs besoins particuliers. Ils peuvent ensuite comparer les divers forfaits et choisir celui qui répond le mieux à leurs besoins.

• *Calculatrices hypothécaires*

En 2003-2004, l'ACFC a mis au point une calculatrice hypothécaire accessible en ligne. La nouvelle calculatrice d'admissibilité à un prêt hypothécaire :

- aide les consommateurs à déterminer, selon leur niveau de revenu et d'endettement, s'ils peuvent obtenir un prêt hypothécaire pour la propriété qu'ils souhaitent acheter;
- montre la façon dont les prêteurs calculent les ratios qui les aident à déterminer si un consommateur peut obtenir un prêt hypothécaire;
- fournit des conseils aux consommateurs sur ce qu'il faut faire si la calculatrice indique qu'ils ne sont pas admissibles à un prêt hypothécaire.

Jeux-questionnaires

En 2003-2004, la Direction a élaboré deux nouveaux jeux-questionnaires interactifs offerts en ligne. Le jeu-questionnaire sur les cartes de crédit et le jeu-questionnaire sur les hypothèques sont des produits rédigés en un langage simple qui aident les

consommateurs à s'informer sur le sujet du jeu-questionnaire et sur leurs droits en vertu de la loi fédérale.

Questions et réponses

Située sous la rubrique « Pour les consommateurs » du site Web, la page « Questions et réponses » est l'une des bases de données les plus complètes du genre au Canada; elle permet aux consommateurs d'obtenir des renseignements financiers relatifs à leurs propres intérêts. En 2003-2004, près de 7 000 visiteurs ont su profiter de cette ressource — un chiffre qui témoigne sans contredit de son succès.

Initiatives de liaison externe

L'ACFC est une organisation de petite taille, qui est relativement nouvelle. La liaison externe est donc un volet extrêmement important de sa stratégie pour informer et protéger les consommateurs canadiens dans le plus vaste éventail économique, social et géographique possible.

Deux facteurs principaux expliquent le succès phénoménal de notre programme de liaison externe. Il s'agit d'une part de l'aide sans faille que nos partenaires nous ont apportée en distribuant les documents d'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, et d'autre part de l'ardeur au travail de l'équipe de liaison externe de l'ACFC ayant coordonné le programme. Près de la moitié des publications que nous avons distribuées en 2003-2004 était constituée des deux brochures préparées par l'ACFC pour expliquer la réglementation qui s'applique à l'ouverture des comptes bancaires personnels et à l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral.

Protéger les Canadiens vulnérables

Les Canadiens à faible revenu ou ayant des capacités d'écriture et de lecture limitées figuraient parmi les principaux groupes ciblés par l'effort de liaison externe de l'ACFC en 2003-2004.

Pour nous aider à les joindre, nous avons cherché à former des alliances stratégiques avec des partenaires tels les ministères fédéraux et les organismes sans but lucratif dont les services sont destinés aux personnes appartenant à ce genre de groupes. Le fait que nous

ayons distribué près de 68 000 livrets et brochures par l'intermédiaire de notre programme de liaison externe donne une idée de l'ampleur qu'il revêt. En outre, nous nous sommes adressés à un grand nombre de personnes lors de séances d'information tenues dans les collectivités et de visites scolaires, ainsi que dans le cadre de salons professionnels et de conférences.

Gouvernement

• *Développement des ressources humaines Canada*

En août 2003, l'ACFC a lancé un projet pilote avec l'ex-ministère Développement des ressources humaines Canada (DRHC). Le projet a notamment consisté à exposer les documents d'information de l'ACFC dans les bureaux de DRHC à Winnipeg et à les utiliser dans le cadre des activités de liaison communautaire menées par DRHC dans le Sud du Manitoba.

La réaction au projet a été favorable et des centaines de publications ont été distribuées. À l'administration centrale de DRHC, les gestionnaires de programme de Service Canada ont entendu parler du projet. Ils ont décidé de commencer à offrir les brochures *Ouvrir un compte de banque personnel* et *Une nouvelle approche concernant l'aide aux consommateurs* dans les centres d'accès de Service Canada situés partout au pays. En mars 2004, l'ACFC a été la « vedette du mois » des centres d'accès de Service Canada, et des milliers de brochures de l'ACFC ont été distribuées.

• *Agence du revenu du Canada*

L'Agence du revenu du Canada (ARC), autrefois l'Agence des douanes et du revenu du Canada, mène de nombreuses activités de liaison externe. Le Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt, qui aide les Canadiens à faible revenu à remplir leurs déclarations d'impôts, en est un exemple. À la fin de 2003, l'ACFC s'est adressée à l'ARC et lui a proposé une initiative de liaison externe. Grâce à cette initiative, l'ARC a distribué des milliers de brochures de l'ACFC portant sur le nouveau *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*.

En 2004-2005, l'ACFC participera à un autre programme de l'ARC. Il s'agit du programme Enseignons l'impôt, qui permet d'aider 5 000 enseignants au niveau secondaire à familiariser les étudiants avec le régime fiscal canadien. Les enseignants seront invités à offrir à leurs étudiants des publications de l'ACFC contenant de l'information qui leur est spécialement destinée sur les cartes de crédit et les forfaits de services bancaires.

• **Ministères provinciaux**

À la fin de 2003, l'ACFC a déployé des efforts concertés ciblant tous les ministères provinciaux chargés des services sociaux. L'Agence savait que la nouvelle réglementation portant sur l'accès aux services bancaires pouvait faciliter l'ouverture d'un compte bancaire pour les Canadiens à faible revenu, et que ceux-ci pourraient y faire déposer leurs prestations directement. Il convenait donc que des documents d'information de base de l'ACFC, notamment les brochures sur l'accès aux services bancaires, soient offerts dans tous les bureaux de services sociaux des provinces.

L'ACFC a également entrepris des activités de liaison s'adressant aux ministères provinciaux chargés de la consommation. Elle voulait s'assurer qu'il existait des liens complets et actualisés dans leurs sites Web respectifs, et que les centres d'appels de ces ministères disposaient d'information sur l'ACFC. Ces initiatives se poursuivront en 2004-2005.

Organisations non gouvernementales

L'ACFC a commencé à établir des partenariats avec diverses organisations non gouvernementales (ONG) qui fournissent des services aux Canadiens à faible revenu. Il s'agit entre autres d'organisations sans but lucratif offrant des conseils en matière de crédit ou des services publics d'éducation et d'aide juridiques, comme la Public Legal Education Association of Canada et la People's Law School à Vancouver. Ces démarches visent à informer les Canadiens sur leurs droits, en particulier dans le contexte de la réglementation de l'accès aux services bancaires.

Ainsi, dans un discours-programme qu'il a prononcé à l'assemblée annuelle du Conseil de crédit du Canada (CCC), le commissaire de l'ACFC a exprimé le désir de voir le CCC et l'ACFC travailler ensemble pour améliorer les connaissances en matière financière des Canadiens moins instruits et à faible revenu.

Les membres du CCC appartiennent à des organismes provinciaux, dont l'Ontario Association of Credit Counselling Services (OACCS). En octobre 2003, l'ACFC a lancé une initiative qui a amené l'OACCS à exposer les brochures de l'ACFC dans ses bureaux et à utiliser les publications de l'ACFC comme ressources documentaires. Au début de 2004, l'initiative a été élargie pour inclure les membres du CCC de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve-et-Labrador.

L'ACFC a également commencé à étudier la possibilité de former des partenariats avec des ONG pour venir en aide aux immigrants. Dans le but de renseigner ceux-ci, nous avons conclu un contrat avec une firme spécialisée dans l'éducation en matière financière des néo-Canadiens; cela nous a permis de tirer parti d'une expérience acquise de première main. Dans le cadre de cette entente, quatre séances d'information sur l'ACFC ont été tenues à Toronto au YMCA du centre-ville et au Yorkdale Centre. En tout, 230 personnes ont assisté à ces séances, qui ont été fort bien accueillies.

Salons professionnels

En 2003-2004, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a de nouveau participé au Salon financier à titre d'exposant. Cet important salon professionnel du secteur financier a attiré approximativement 6 000 visiteurs à Toronto en janvier 2004, et 3 000 autres visiteurs à Vancouver en février. En 2003-2004, l'Agence a actualisé son stand afin de refléter sa nouvelle image de marque et y a présenté des publications et du matériel promotionnel de l'ACFC. Le nouveau stand et la distribution de documents d'information ont eu pour effet d'accroître considérablement la visibilité de l'Agence à ce salon.

Seances d'information

En janvier 2004, l'ACFC a tenu sa deuxième table ronde annuelle avec les dirigeants des principaux groupes de défense des consommateurs du Canada, notamment :

- la Coalition canadienne pour le réinvestissement communautaire;
- le Conseil canadien de la consommation;
- l'Association des consommateurs du Canada;
- Option consommateurs;
- le Centre pour la défense de l'intérêt public;
- l'Union des consommateurs.

Les représentants de l'ACFC ont fourni une analyse des tendances et des enjeux se manifestant au sein du secteur financier, et ont demandé aux participants d'exprimer leurs points de vue et leurs commentaires à cet égard. Ils ont aussi parlé des activités menées par l'Agence dans le domaine de la conformité et ont présenté les constatations tirées de l'évaluation mystère ayant été effectuée (voir p. 19).

Initiatives d'envergure internationale

Pour se tenir au courant des tendances internationales en matière de réglementation, l'ACFC a continué d'assumer le rôle de secrétariat pour le Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, qui a vu le jour en janvier 2003. Le Forum compte maintenant parmi ses membres 16 organismes appartenant à 13 pays ainsi que les Nations Unies.

En novembre 2003, l'ACFC a eu le plaisir d'accueillir Verona Hanlon, de l'Irish Financial Services Regulatory Authority (le seul organisme de réglementation de l'ensemble des services financiers, y compris les questions de consommation, de l'Irlande), qui a visité le Canada dans le cadre d'un échange du Forum international.

Services aux consommateurs

Centre de communications avec les consommateurs

Le Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC est notre principal point d'accès. Pres de 87 p. 100 des Canadiens qui communiquent avec nous le font par l'intermédiaire de notre ligne téléphonique sans frais.

Des agents d'information répondent aux questions des consommateurs et offrent leur aide dans les deux langues officielles. Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h, heure normale de l'Est, du lundi au vendredi. Les personnes qui appellent peuvent laisser un message après les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux messages le jour ouvrable suivant.

Puisque la première impression des consommateurs au sujet de l'ACFC passe par leurs communications avec les membres du Centre, ceux-ci sont tenus de fournir un service de qualité supérieure. Par conséquent, ils sont formés pour :

- être bien renseignés dans tous les domaines du secteur des services financiers canadiens;
- être parfaitement familiers avec les dispositions visant les consommateurs que l'ACFC est chargée de faire respecter, et pouvoir les expliquer;
- posséder une connaissance détaillée de l'information figurant dans les publications et le site Web de l'ACFC.

D'après les résultats d'un sondage mené à la fin de 2003 pour déterminer la satisfaction des consommateurs face aux services du Centre, les agents d'information donnent un excellent service. Pour en savoir plus sur les résultats du sondage, se reporter à la page 43.

Correspondance

En 2003-2004, les consommateurs ont adressé 2 013 lettres et courriels à l'ACFC. Toute la correspondance reçue est versée dans le système de suivi de l'Agence et transmise à l'Unité de la correspondance, qui accuse réception de chaque lettre ou courriel.

Un agent de correspondance examine soigneusement la communication pour vérifier si elle se rapporte à une éventuelle violation des dispositions visant les consommateurs. S'il semble qu'il pourrait s'agir d'une question de conformité, le dossier est remis à un agent de conformité, aux fins d'enquête. Si l'agent de conformité établit qu'il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité, le dossier est alors rendu à l'agent de correspondance, pour qu'il rédige une réponse.

En temps normal, l'Unité de la correspondance répond à une lettre par une lettre, et à un courriel par

un courriel. Toutefois, lorsqu'il faut davantage de renseignements, que la question peut être tirée au clair de vive voix ou que le problème semble être urgent, l'agent peut tout simplement téléphoner au consommateur. L'entretien est alors suivi d'une lettre de confirmation ou d'une note consignée au dossier.

Dans les lettres qu'ils préparent, les agents de correspondance de l'ACFC s'efforcent d'aborder avec délicatesse les préoccupations exprimées par les consommateurs et de fournir des réponses complètes et clairement exprimées. Ils fournissent autant de renseignements pertinents que nécessaire et, le cas échéant, joignent aux lettres les publications de l'Agence qui se rapportent à la question traitée.

Parmi les demandes de renseignements et les plaintes que nous recevons, certaines portent sur des questions qui relèvent de la compétence d'une autre organisation. En pareil cas, les agents de correspondance fournissent les coordonnées des organismes de réglementation, des services de médiation ou des organismes de règlement des différends compétents.

Relations avec les médias

Couverture médiatique de l'ACFC

En 2003-2004, la couverture médiatique globale de l'ACFC s'est accrue de 70 p. 100 par rapport à l'année précédente. En effet, l'ACFC a été mentionnée dans plus de 400 articles et bulletins d'actualité dans tout le pays, ce qui a donné environ 46,7 millions « d'impressions d'audience », soit le nombre de lecteurs multiplié par le nombre de fois qu'ils ont vu un message concernant l'ACFC.

L'ACFC adopte une approche proactive envers les médias, c'est-à-dire une stratégie dont l'objectif est de mieux faire connaître les publications de l'Agence et les autres initiatives qu'elle mène. En 2003-2004, l'Agence a également répondu à des centaines d'appels de journalistes souhaitant obtenir des renseignements fiables sur des questions intéressant les consommateurs de produits et de services financiers.

Les trois principales questions abordées par les médias dans le cadre de la couverture médiatique de l'ACFC étaient les suivantes :

- les cartes de crédit (214 mentions dans les médias);
- les frais de service (81 mentions dans les médias);
- l'évaluation mystère (23 mentions dans les médias).

Ce type de couverture est de loin la façon la plus rentable d'informer les Canadiens sur leurs droits et de les sensibiliser aux activités que mène l'ACFC. Les médias demeurent d'importants circuits de distribution de l'information de l'ACFC. La presse écrite joue un rôle particulièrement utile en livrant nos messages aux consommateurs. Les statistiques révèlent qu'un grand nombre des consommateurs ayant communiqué avec nous avaient obtenu nos coordonnées dans un journal.



En janvier 2004, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a produit plusieurs articles sur les cartes de crédit, les frais prélevés aux GAB et le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, qu'elle a fait paraître dans des journaux communautaires et ruraux, partout au Canada. En tout, 164 articles ont été publiés dans divers journaux communautaires et locaux, et diffusés dans plusieurs sites Web, touchant ainsi un auditoire de 3,6 millions de consommateurs.

En décembre 2003, un tableau de forfaits de services bancaires à taux réduit pour personnes âgées figurait dans le magazine d'intérêt général *50 Plus*. Les aînés constituent l'un des principaux groupes cibles de l'ACFC. Le tableau en question reprenait l'information affichée dans le site Web de l'ACFC.

Demandes de renseignements et plaintes des consommateurs

L'ACFC a reçu de nombreux appels, lettres, courriels et visites de consommateurs désireux d'en savoir plus sur une vaste gamme de sujets. Une de nos publications trimestrielles, *Demandes de renseignements et plaintes*, fait connaître le genre de demandes de renseignements et de plaintes que nous recevons.

Elle est transmise aux médias par courriel et elle est accessible dans notre site Web. Cette publication électronique souligne les questions les plus courantes posées par les consommateurs qui communiquent avec l'ACFC et donne des réponses faciles à comprendre.

Perspectives d'avenir

En 2004-2005, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques s'occupera principalement de mieux faire connaître le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* et d'informer les Canadiens sur la façon dont le *Règlement* protège leurs droits à ces services.

À cet égard, nous insisterons surtout sur les besoins des Canadiens vulnérables — en particulier les Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Pour les aider, nous augmenterons et nous réviserons notre série de fiches de renseignements de base, qui expliquent les produits et les services bancaires courants, y compris les cartes de crédit et les comptes bancaires.

La liaison externe occupera également une place importante en nous aidant à joindre les Canadiens vulnérables et à faire en sorte qu'ils connaissent leurs droits et sachent que l'ACFC est une source d'information fiable. Pour toucher ce groupe de la société, nous maintiendrons les partenariats déjà créés et nous en établirons de nouveaux avec les ministères gouvernementaux et des organismes de l'extérieur qui travaillent dans l'intérêt des membres de ce groupe.

Par ailleurs, nous implanterons un mécanisme de surveillance du coût des services bancaires. Ce mécanisme mettra en valeur et analysera les tendances notées au chapitre du coût des services bancaires, y compris l'augmentation et la diminution des frais. De plus, nous continuerons de surveiller les frais supplémentaires prélevés aux GAB et nous communiquerons aux consommateurs de l'information à ce sujet au moyen du site Web de l'ACFC.



Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

Protéger les consommateurs

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour rôle de surveiller et d'appliquer les lois qui protègent les consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les institutions financières.

Mettre en œuvre le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*

L'année 2003-2004 aura été marquée par la mise en œuvre du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, le 30 septembre 2003. Le *Règlement* empêche les banques de refuser d'ouvrir un compte de dépôt personnel de base aux personnes qui en font la demande même s'ils n'ont pas d'emploi, font ou ont déjà fait faillite, ou encore ne déposent pas d'argent dans leur compte. Le *Règlement* exige également que les banques encaissent sans frais les chèques du gouvernement du Canada jusqu'à concurrence de 1 500 \$ même si les demandeurs ne sont pas clients, pourvu qu'ils puissent présenter des pièces d'identité acceptables.

Maintenant que le *Règlement* est en vigueur, l'ACFC est en mesure de voir à ce que les Canadiens puissent obtenir un service considéré comme essentiel à la stabilité financière personnelle : un compte bancaire de base.

Évaluation mystère de l'ACFC

Au printemps 2003, l'ACFC a piloté une importante évaluation mystère dans plus de 1 600 succursales bancaires au Canada, l'objectif étant de déterminer la

façon dont les banques s'y prennent pour satisfaire aux exigences en matière de divulgation et pour respecter d'autres pratiques.

L'ACFC a retenu les services d'un cabinet spécialisé en recherches, qui s'est chargé d'envoyer 250 clients mystères dans les succursales bancaires pour poser des questions souvent demandées par les consommateurs ordinaires. Les questions portaient sur des sujets comme les taux d'intérêt, les frais de service et les déclarations sur les responsabilités envers la collectivité. Après le dépouillement des résultats, nous avons présenté à chaque banque les constatations se rapportant à sa performance. Lorsque des lacunes ont été décelées, nous avons travaillé avec les banques pour les combler.

Le rapport complet qui fait état des résultats de l'évaluation mystère de l'ACFC réalisée en 2003 est affiché dans notre site Web :

www.acfc.gc.ca/fra/conformite/default.asp

Décisions du commissaire de l'ACFC relativement à des cas représentatifs importants

L'ACFC protège les consommateurs en assurant le respect des lois et en surveillant l'application des codes de conduite volontaires et des engagements publics. En 2003-2004, nous avons commencé à afficher toutes les décisions prises par le commissaire dans le site Web de l'ACFC. Cela visait à favoriser l'atteinte de notre objectif consistant à accroître la

transparence et informer les consommateurs et le secteur financier au sujet des questions qui pourraient avoir une incidence sur eux. Il s'agit des cas pour lesquels le commissaire a dû prendre une décision finale concernant la violation d'un règlement ou le non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public. Une décision donnée peut avoir des conséquences pour des centaines de milliers de consommateurs. Dans les paragraphes qui suivent, on trouvera un échantillon représentatif des décisions prises par le commissaire en 2003-2004.

Ventes liées avec coercition

Une banque a accepté d'accorder une marge de crédit et un prêt hypothécaire à un consommateur. Lorsque le consommateur a décidé d'obtenir un prêt hypothécaire auprès d'une autre institution, la banque a retiré son offre de marge de crédit et lui a indiqué que la marge de crédit ne pouvait lui être accordée s'il n'acceptait pas un prêt hypothécaire.

En vertu du paragraphe 459.1(1) de la *Loi sur les banques*, les banques n'ont pas le droit d'exercer des pressions indues afin de forcer une personne à se procurer un produit ou un service auprès de cette institution ou une entité de son groupe pour obtenir un autre produit ou service de la même banque. En conséquence, une lettre de réprimande faisant état d'une violation a été adressée à la banque.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la banque a pris une mesure réparatoire, notamment en réitérant son offre de marge de crédit personnelle. La banque a aussi indiqué la marche à suivre au personnel de la succursale, s'est assurée que l'information pertinente en matière de conformité était mise à la disposition du personnel et des clients, et a tenu une séance de formation plus approfondie à l'intention du personnel de première ligne.

Divulgence inexacte du coût d'emprunt

Dans la convention avec les détenteurs de sa carte de crédit, une banque n'a pas divulgué de façon exacte le mode de calcul de l'intérêt applicable dans tous les cas. Une lettre de réprimande faisant état d'une violation lui a été adressée.

Au moment où la lettre de réprimande lui a été adressée, la banque était déjà en voie de modifier sa procédure interne pour communiquer convenablement la façon dont elle prélevait des intérêts et informer les clients des changements apportés.

En veillant à calculer l'intérêt exactement de la façon décrite dans la convention avec les détenteurs de carte, la banque s'assure que les consommateurs disposent de l'information dont ils ont besoin pour comprendre les conditions de la convention.

Non-divulgence des taux d'intérêt applicables aux cartes de crédit

L'ACFC travaille à l'amélioration du secteur des cartes de crédit en veillant à ce que les consommateurs connaissent le taux d'intérêt annuel applicable à une carte avant qu'ils n'en fassent la demande. Dans un cas qui fait actuellement l'objet d'un appel, le commissaire en est arrivé à la conclusion que le formulaire de demande de carte de crédit de la banque, qui faisait état d'un « taux aussi bas que », n'était pas conforme à la réglementation, car le taux d'intérêt annuel n'y était pas indiqué. Le commissaire a imposé une sanction de 50 000 \$.

Non-divulgence des taux hypothécaires

Une succursale bancaire a affiché une annonce publicitaire dans sa vitrine indiquant un taux hypothécaire, mais elle a omis de divulguer la durée du prêt. Une lettre de réprimande faisant état d'une violation a été adressée à la banque.

Des qu'elle a été informée du problème, la banque a retiré l'annonce publicitaire. Elle a ensuite envoyé une circulaire à toutes ses succursales pour rappeler aux employés la politique en vigueur, qui consiste à faire approuver toutes les annonces publicitaires par le service de commercialisation de l'institution.

Défaut d'afficher des avis concernant les frais

Une société de fiducie a omis d'afficher des avis sur les frais imposés dans neuf de ses succursales, ce qui est contraire à la réglementation. Une lettre de réprimande faisant état de neuf violations lui a été adressée.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la société de fiducie a pris des mesures pour afficher sa liste de frais imposés, partout où elle possédait des bureaux. La société de fiducie a également passé en revue sa façon de procéder pour mettre les documents d'information à la disposition des intéressés, et elle a adopté un mécanisme pour s'assurer que le barème des frais serait mis à jour en temps opportun et sur une base permanente, comme l'exige la réglementation.

Défaut de donner un préavis de fermeture de succursale

Une banque n'a pas informé le commissaire d'un projet de fermeture de succursale en lui donnant un préavis de quatre mois. Elle a également omis d'aviser les clients et les membres du public touchés en leur donnant un préavis d'au moins quatre mois. De plus, les préavis donnés aux clients touchés ne précisaient

pas la marche à suivre pour communiquer avec le commissaire. En outre, la banque n'avait pas informé les consommateurs que le commissaire pouvait exiger la tenue d'une réunion publique entre les représentants de la banque, des membres de l'Agence et tout autre intéressé pour discuter de la fermeture. Une lettre de réprimande faisant état de quatre violations de la part de la banque lui a été adressée.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la banque a modifié son processus interne pour s'assurer que désormais la loi serait respectée.

La figure 4 illustre le règlement des problèmes de conformité qui ont été portés à l'attention de l'ACFC. L'Agence a établi 39 cas de violation des règlements et a conclu une entente de conformité. Elle a adressé 17 lettres de réprimande, a dressé 3 procès-verbaux de violation et a imposé 3 sanctions administratives pécuniaires.

Figure 4 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2003-2004

<i>Dispositions visant les consommateurs</i>	<i>Nombre de dossiers fermés avec violations</i>	<i>Nombre de violations établies</i>	<i>Décisions du commissaire</i>
Comptes			
Divulgence de l'information sur les comptes, des frais ou des services aux clients et au public	1	9	1 lettre de réprimande
Fermures de succursales			
Préavis requis	7	16	6 lettres de réprimande, 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (10 000 \$)
Cartes de crédit			
Divulgence des changements apportés au coût d'emprunt	1	1	1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (5 000 \$)
Divulgence de l'information requise sur les relevés mensuels	1	1	1 lettre de réprimande et 1 accord de conformité
Divulgence du coût d'emprunt, du taux d'intérêt ou des frais applicables aux cartes de crédit*	5	6	4 lettres de réprimande, 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (50 000 \$)
Cheques du gouvernement du Canada			
Frais d'encaissement	2	3	2 lettres de réprimande
Prêts			
Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans la publicité	2	2	2 lettres de réprimande
Ventes liées			
Ventes liées avec coercition	1	1	1 lettre de réprimande
TOTAL GÉNÉRAL	20	39	

* Un cas fait actuellement l'objet d'un appel devant la cour fédérale.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la société de fiduciaire a pris des mesures pour afficher sa liste de banques, partout où elle possédait des bureaux. La société de fiduciaire a également passé en revue sa méthode habituelle pour mettre les documents d'information à la disposition des informés et elle a adopté une nouvelle façon d'assurer que le bureau des titres serait tenu à jour en temps opportun et sans erreur pour permettre comme le veut la réglementation.

Defaut de donner un préavis de fermeture de succursale

Une banque a informé le commissaire d'un projet de fermeture de succursale en lui demandant un préavis de quatre mois. Elle a également omis d'aviser les clients et les membres du public touchés en lui demandant un préavis d'au moins quatre mois. De plus, les raisons données aux clients touchés ne précisaient

pas la marche à suivre pour communiquer avec le commissaire. En outre, la banque n'avait pas informé les consommateurs que le commissaire pouvait régler la dispute d'une façon publique entre les représentants de la banque, des membres de l'Agence et tout autre tiers pour discuter de la fermeture. Une lettre de réprimande faisant état de quatre violations de la part de la banque lui a été adressée.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la banque a modifié son processus interne pour s'assurer que désormais la loi serait respectée.

En fin de compte, le règlement des problèmes de conformité qui ont été portés à l'attention de l'ACFC. L'Agence a établi 36 cas de violation des règlements et a conclu une entente de conformité. Elle a adressé 17 lettres de réprimande, a dressé 5 procès-verbaux de violation et a imposé 3 sanctions administratives pecuniaires.

Figure 4 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2003-2004

Dispositions visant les consommateurs	Nombre de dossiers fermés avec violations	Nombre de violations établies	Décisions du commissaire
Comptes			
Divulguer des renseignements sur les comptes sans l'autorisation des clients ou contre et au profit	3	3	1 lettre de réprimande
Fermetures de succursales			
Préavis retardé	7	14	3 lettres de réprimande, 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pecuniaire (10 000 \$)
Cartes de crédit			
Divulguer des renseignements relatifs au crédit intégré	3	3	1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pecuniaire (5 000 \$)
Divulguer de l'information requise sur les services financiers	1	1	1 lettre de réprimande et 1 accord de conformité
Divulguer les soldes d'intérêt de la carte de crédit au client sans l'autorisation du client de crédit	3	3	4 lettres de réprimande, 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pecuniaire (10 000 \$)
Cheques du gouvernement du Canada			
Paies d'embourgeoisement	2	2	2 lettres de réprimande
Prêts			
Divulguer des renseignements relatifs aux prêts sans l'autorisation	2	2	2 lettres de réprimande
Ventes liées			
Ventes liées avec Commission	3	3	3 lettres de réprimande
TOTAL GENERAL	20	39	

Progrès accomplis au chapitre des pratiques en matière de divulgation

Voici des exemples qui mettent en lumière l'approche proactive adoptée par l'ACFC. Lorsque des questions liées à la conformité surgissent, l'Agence intervient avant qu'elles n'aient de conséquences pour un grand nombre de Canadiens.

Examen de la divulgation par les banques des pénalités pour remboursement anticipé des prêts hypothécaires

L'ACFC a examiné les documents des sept grandes banques sur les pénalités de remboursement anticipé des prêts hypothécaires. Son objectif était de déterminer la mesure dans laquelle ces documents d'information étaient rédigés en un langage simple et contenaient tous les renseignements dont l'emprunteur a besoin. À l'issue de cet examen, plusieurs banques ont décidé de prendre des mesures pour améliorer leurs documents d'information sur les prêts hypothécaires.

Examen de la divulgation des taux d'intérêt applicables aux cartes de crédit

L'ACFC a examiné les formulaires de demande de carte de crédit de plusieurs sociétés émettrices pour vérifier si les taux d'intérêt étaient précisés. La loi exige que les consommateurs soient informés du taux d'intérêt applicable au moyen d'un avis lorsqu'ils font une demande de carte. L'ACFC a découvert que certaines sociétés émettrices ne divulguaient pas cette information. Les contrats de cartes de crédit des principales sociétés émettrices au Canada font actuellement l'objet d'un examen.

Examen de la procédure de traitement des plaintes des banques

En mai et en juin 2003, la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a tenu des réunions avec des représentants de cinq grandes banques afin de mieux comprendre les procédures internes qu'elles ont adoptées pour le règlement des plaintes. Les

rencontres ont permis à l'ACFC de vérifier si ces institutions satisfaisaient aux exigences du cadre de conformité de l'ACFC en ce qui touche le signalement des plaintes par les banques elles-mêmes. Grâce à cette initiative, l'ACFC a reçu un nombre accru de ce type de plainte au cours du mois ayant suivi l'examen, et certaines banques ont apporté des changements pour combler les lacunes de leurs procédures.

Examens généraux annuels

À l'automne 2003, l'ACFC a mené à bien son deuxième examen général annuel portant sur l'ensemble des 422 institutions financières sous réglementation fédérale. Cet examen visait à évaluer leur conformité aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. L'ACFC a constaté que les institutions se conformaient généralement aux dispositions et avaient donné suite aux questions portées à leur attention au cours de l'année.

Mise à jour du cadre de conformité

Le cadre de conformité présente la façon dont l'ACFC s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions visant les consommateurs prescrites par la loi et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

En 2003-2004, soit un an après la mise en œuvre du cadre de conformité, l'ACFC a amorcé des consultations auprès du secteur financier afin d'actualiser et de modifier le cadre.

Connexion conformité

La Direction a continué de publier son bulletin trimestriel *Connexion conformité*, qui tient l'industrie au courant de diverses questions liées à la conformité. Pour faciliter la circulation de l'information importante et réduire au minimum l'incidence sur l'environnement, la Direction diffuse désormais le bulletin par voie électronique. Ce changement a été bien accueilli par le secteur.

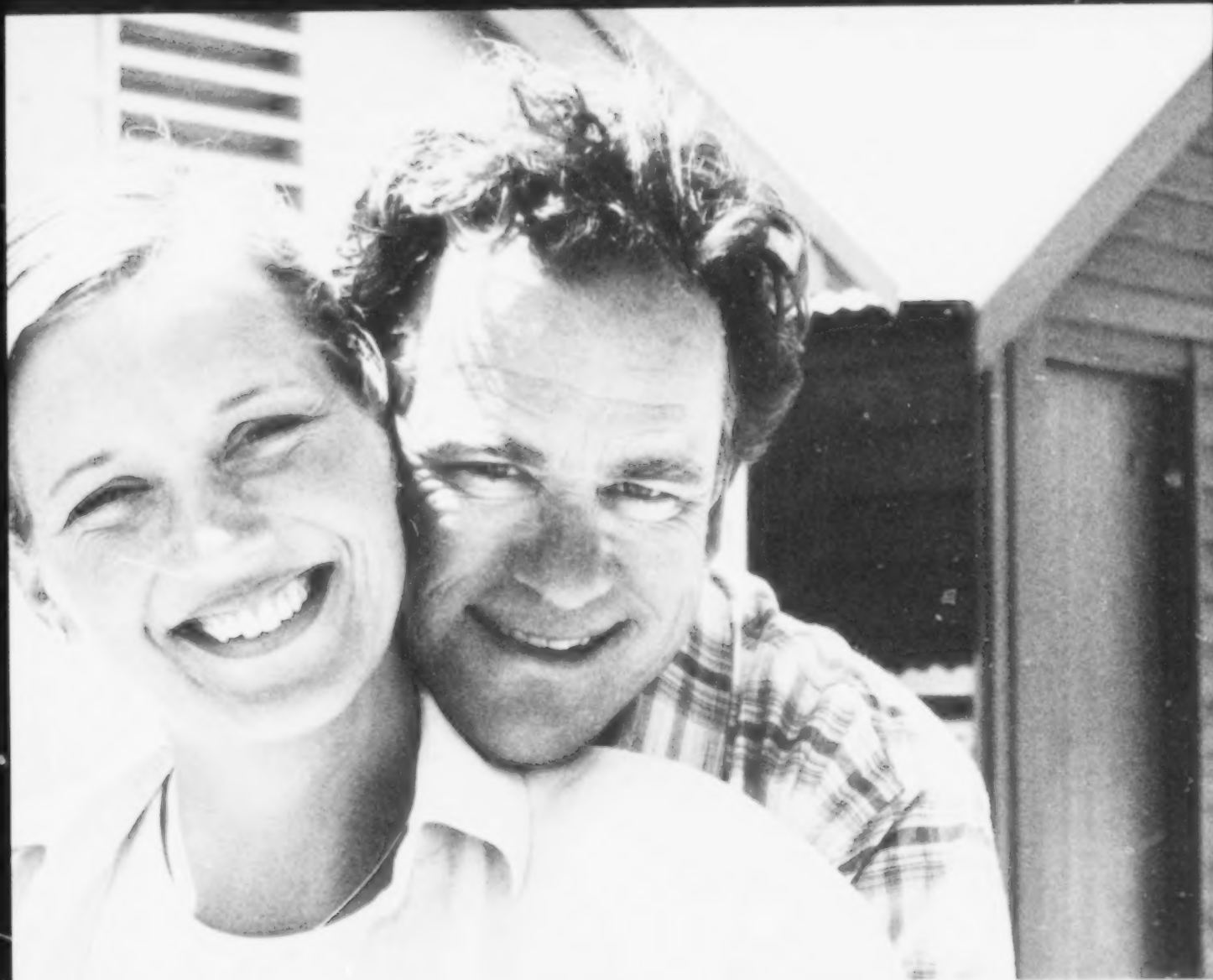
Perspectives d'avenir

Grâce au *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, l'ACFC est habilitée à s'assurer que les Canadiens ont accès aux services bancaires essentiels. En 2004-2005, la Direction mettra l'accent sur le respect du *Règlement*.

Parmi les principales activités à entreprendre figurent les suivantes :

- actualisation du cadre de conformité;
- suivi de l'engagement relatif aux services non sollicités;
- achèvement de l'examen des documents hypothécaires pour déterminer la mesure dans laquelle ils sont rédigés en un langage simple et examen d'autres documents dans cette optique;
- tenue d'un sondage sur l'accès aux services bancaires de base;
- examen des pratiques du secteur en ce qui touche le code des cartes de débit.





Dans l'**intérêt** des Canadiens

L'ACFC offre un service très utile aux Canadiens en donnant suite de façon efficace et efficiente aux préoccupations concernant le secteur financier qu'ils portent à son attention. Le nombre de demandes de renseignements et de plaintes que les consommateurs nous ont adressées en 2003-2004 témoigne du besoin que les services de l'ACFC viennent combler.

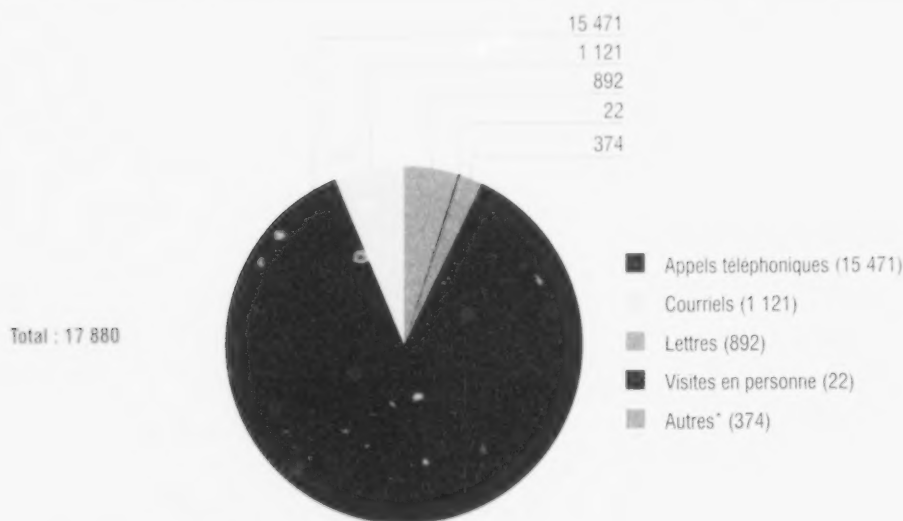
Questions qui préoccupent les Canadiens

L'ACFC suit de près les nombreux types de demandes de renseignements et de plaintes qui lui sont transmises par l'intermédiaire du Centre de communications avec les consommateurs, par courriel et par courrier ordinaire, et par le truchement des commentaires des visiteurs. Les figures suivantes présentent les types de communications enregistrées en 2003-2004 entre l'ACFC et les Canadiens, ainsi que les questions qui préoccupaient les consommateurs qui se sont adressés à nous.

Nombre total de demandes de renseignements et de plaintes reçues

La figure 5 indique le mode de communication des demandes de renseignements et des plaintes reçues par l'ACFC. Le téléphone a été le moyen de communication le plus fréquemment utilisé, suivi de loin par le courriel.

Figure 5 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2003-2004



* Dossiers ouverts par l'ACFC au sujet d'une éventuelle question de conformité, et plaintes signalées.

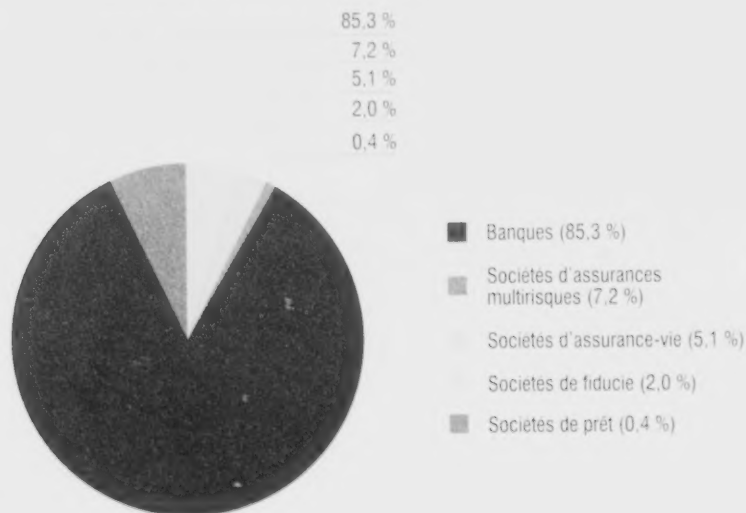
Figure 6 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type, 2003-2004



La figure 6 (ci-dessus) présente une ventilation du nombre total de communications destinées à l'ACFC en 2003-2004, selon le type. Les demandes de renseignements et les plaintes ont été les deux principales catégories.

La figure 7 (ci-dessous) indique que le plus grand nombre de communications reçues de la part des consommateurs portaient sur des questions concernant les banques.

Figure 7 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière fédérale, 2003-2004

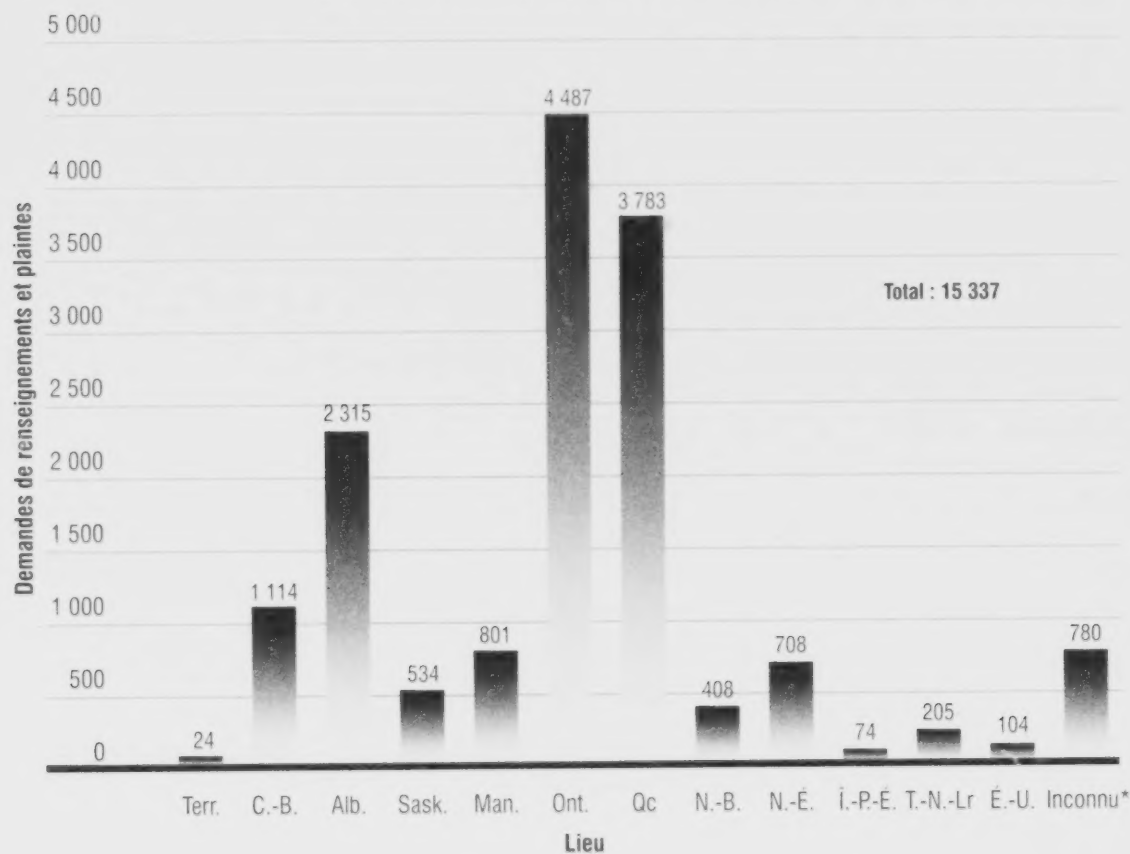


Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité

L'information contenue dans les figures 8 à 11 se rapporte à des demandes de renseignements et à des plaintes non liées à une disposition visant les consommateurs, à un code de conduite ou à un engagement public. L'information sur les questions relatives à la conformité figure dans la partie suivante.

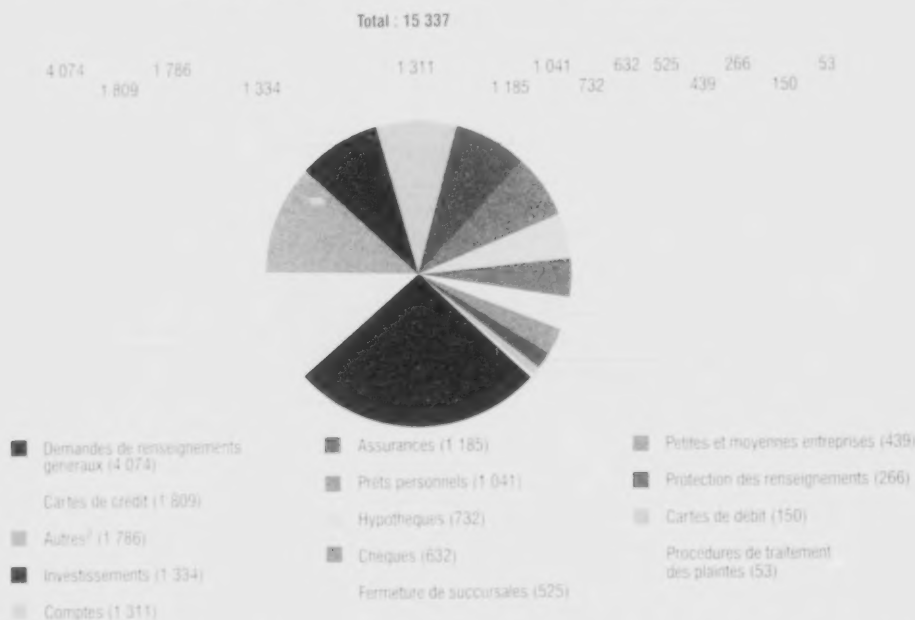
La figure 8 présente la répartition géographique des demandes de renseignements et des plaintes non liées à la conformité. Pris ensemble, l'Ontario et le Québec sont à l'origine de près de 54 p. 100 de ce type de communication.

Figure 8 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon le lieu, 2003-2004



* Le lieu n'a pas été précisé par la personne ayant communiqué avec l'ACFC.

Figure 9 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité¹, selon la catégorie, 2003-2004



1 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.

2 Comprend les diverses demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, des factures, des services bancaires informatiques et téléphoniques, des questions de succession, des taux de change, de l'usurpation de l'identité, des taux d'intérêt, de la qualité du service, de la réglementation, des frais de service et des ventes liées.

La figure 9 présente le nombre total de communications enregistrées en 2003-2004, selon la catégorie. Les questions concernant les cartes de crédit ont été le principal sujet de préoccupation des consommateurs, après la catégorie des demandes de renseignements généraux (qui couvre une grande variété de sujets).

La figure 10 fait état des types de demandes de renseignements concernant le secteur financier, à l'exception des questions liées à la conformité, qui ont été formulées par les consommateurs en 2002-2003 et en 2003-2004. Au cours du dernier exercice, les demandes de renseignements généraux ont constitué la principale catégorie, suivie des cartes de crédit.

La figure 11 (p. 29) présente les chiffres enregistrés en 2002-2003 et en 2003-2004 pour les types de plaintes autres que celles liées à la conformité. Les cartes de crédit ont été à l'origine de la plupart des problèmes signalés par les consommateurs au cours du dernier exercice.

Figure 10 : Demandes de renseignements reçues pour des questions autres que la conformité¹, selon le type

Catégories	2002-2003	2003-2004
Demandes de renseignements généraux	2 968	3 584
Cartes de crédit	1 368	910
Investissements	324	807
Comptes	297	513
Assurances	302	509
Prêts	287	504
Vérifications auprès d'une agence d'évaluation du crédit	0	438
Hypothèques	196	321
Chèques	183	299
Petites et moyennes entreprises	81	269
Fermetures de succursales	189	267
Protection des renseignements personnels	88	118
Cartes de débit	39	67
Procédures de traitement des plaintes	59	43
Autres ²	501	618
TOTAL POUR L'ANNÉE	6 882	9 267

1 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.

2 Comprend les diverses demandes de renseignements reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, des factures, des services bancaires informatiques et téléphoniques, des questions de succession, des taux de change, de l'usurpation de l'identité, des taux d'intérêt, de la qualité du service, de la réglementation, des frais de service et des ventes liées.

Depuis qu'elle a son nouveau système de gestion des données, l'ACFC inscrit les demandes de renseignements concernant les taux d'intérêt, la qualité du service et les frais de service dans les catégories Comptes, Cartes de crédit et Investissements.

Figure 11 : Plaintes à l'exception de celles relatives aux questions de conformité¹, selon le sujet

Catégories	2002-2003	2003-2004
Cartes de crédit	584	899
Comptes	489	798
Assurances	559	676
Prêts	363	537
Investissements	347	527
Demandes de renseignements généraux	311	490
Hypothèques	338	411
Chèques	259	333
Fermures de succursales	213	258
Petites et moyennes entreprises	118	170
Protection des renseignements personnels	141	148
Vérifications auprès d'une agence d'évaluation du crédit	0	95
Cartes de débit	59	83
Procédures de traitement des plaintes	11	10
Autres ²	2 408	635
TOTAL POUR L'ANNÉE	6 200	6 070

1 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.

2 Comprend les diverses plaintes reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, des factures, des services bancaires informatisés et téléphoniques, des questions de succession, des taux de change, de l'usurpation de l'identité, des taux d'intérêt, de la qualité du service, de la réglementation, des frais de service et des ventes liées. Depuis qu'elle a son nouveau système de gestion des données, l'ACFC inscrit les plaintes concernant les taux d'intérêt, la qualité du service et les frais de service dans les catégories Comptes, Cartes de crédit et Investissements.

Les cinq principaux types de demandes de renseignements et de plaintes reçues en 2003-2004

Afin d'en savoir plus sur les cinq principaux types de demandes de renseignements et de plaintes adressées à l'ACFC en 2003-2004 pour des questions autres que la conformité, consulter la rubrique « Publications » de notre site Web (www.acfc.gc.ca).

Demandes de renseignements et plaintes reçues à propos de la conformité

Les figures 12 à 14 font état des communications enregistrées entre l'Agence et les Canadiens sur la conformité aux dispositions visant les consommateurs ainsi qu'aux codes de conduite et aux engagements publics.

La figure 12 présente l'ensemble des communications relatives à la conformité adressées à l'ACFC depuis sa création. En 2003-2004 (notre deuxième année d'activités complète), le nombre de ces communications a augmenté d'environ 70 p. 100 par rapport à l'année précédente.

La figure 13 (p. 30) donne un aperçu du nombre de cas de conformité, selon la nature des questions liées à la conformité ayant été traitées en 2003-2004. Sur les 1 437 dossiers ouverts, 1 322 étaient fermés à la fin de l'année.

Figure 12 : Nombre total de communications¹ reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

	2002-2003	2003-2004
Fermures de succursales		
Préavis requis	17	4
Demandes visant la tenue de réunions publiques sur les fermures de succursales ²	133	40
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales	6	6
Codes de conduite³ et engagements publics⁴		
Plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics	242	268
Demandes de renseignements concernant les codes de conduite et les engagements publics	48	44
Procédures de traitement des plaintes		
Fournir une copie de la procédure de traitement des plaintes ⁵	8	0
Dispositions visant les consommateurs		
Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs	170	440
Demandes de renseignements concernant les dispositions visant les consommateurs	21	33
Plaintes signalées directement par une institution	40	334
NOMBRE TOTAL DE COMMUNICATIONS ENREGISTRÉES AU CHAPITRE DE LA CONFORMITÉ POUR LA PÉRIODE VISÉE	685	1 169

1 Il y a communication lorsqu'une personne ou une institution entre en rapport avec l'ACFC au sujet d'une question ou d'une préoccupation, y compris les plaintes et les demandes de renseignements. Sont exclus les dépôts de documents courants.

2 Ce nombre comprend les demandes multiples concernant la même succursale.

3 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

4 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

5 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

Figure 9 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité¹, selon la catégorie, 2003-2004



La figure 9 illustre la répartition des demandes de renseignements et des plaintes reçues pour des questions autres que la conformité en 2003-2004. Les demandes de renseignements générales représentent la plus grande catégorie, suivies des demandes de renseignements sur les services.

Les demandes de renseignements sur les programmes, les politiques, les procédures, les droits, les obligations, les responsabilités, les rôles, les fonctions et les attributions représentent ensemble 10,5 % des demandes de renseignements et des plaintes reçues.

Les demandes de renseignements sur les rôles, les fonctions et les attributions représentent ensemble 1,5 % des demandes de renseignements et des plaintes reçues. Les demandes de renseignements sur les droits, les obligations, les responsabilités, les rôles, les fonctions et les attributions représentent ensemble 1,5 % des demandes de renseignements et des plaintes reçues.

Les demandes de renseignements sur les rôles, les fonctions et les attributions représentent ensemble 1,5 % des demandes de renseignements et des plaintes reçues. Les demandes de renseignements sur les droits, les obligations, les responsabilités, les rôles, les fonctions et les attributions représentent ensemble 1,5 % des demandes de renseignements et des plaintes reçues.

Figure 10 : Demandes de renseignements reçues pour des questions autres que la conformité¹, selon le type

Catégories	2002-2003	2003-2004
Demandes de renseignements générales	300	2 004
Demandes de renseignements sur les services	900	3 110
Demandes de renseignements sur les programmes	100	800
Demandes de renseignements sur les politiques	70	810
Demandes de renseignements sur les procédures	100	1 000
Demandes de renseignements sur les droits	100	500
Demandes de renseignements sur les obligations	100	1 000
Demandes de renseignements sur les responsabilités	100	1 000
Demandes de renseignements sur les rôles	100	1 000
Demandes de renseignements sur les fonctions	100	1 000
Demandes de renseignements sur les attributions	100	1 000
TOTAL POUR L'ANNÉE	5 802	9 267

Source : ACFC, 2003-2004. Les données sont basées sur les demandes de renseignements et les plaintes reçues pour des questions autres que la conformité. Les données sont présentées en milliers de demandes de renseignements et de plaintes. Les données sont présentées en milliers de demandes de renseignements et de plaintes.

Figure 11 : Plaintes à l'exception de celles relatives aux questions de conformité¹, selon le sujet

Catégories	2002-2003	2003-2004
Cartes de crédit	584	690
Comptes	489	598
Services bancaires	388	478
Prêts	383	457
Assurance	347	407
Demandes de renseignements générales	311	490
Investissements	130	471
Titres	288	381
Investissements à court terme	185	381
Prêts et engagements financiers	178	178
Investissements à long terme et assurances	127	130
Investissements à court terme et assurances	12	36
Autres	100	80
Exercices de traitement des plaintes	18	10
Autres	400	400
TOTAL POUR L'ANNÉE	5 200	6 070

1. Les plaintes relatives aux questions de conformité sont traitées séparément et sont présentées dans la section sur la conformité.

2. Les plaintes relatives aux questions de conformité sont traitées séparément et sont présentées dans la section sur la conformité.

3. Les plaintes relatives aux questions de conformité sont traitées séparément et sont présentées dans la section sur la conformité.

Les cinq principaux types de demandes de renseignements et de plaintes reçues en 2003-2004

Abiliter le consommateur à faire ses cinq principaux types de demandes de renseignements et de plaintes adressées à l'ACFC en 2003-2004 pour des questions autres que la conformité, présentée à l'annexe 1. Pour plus d'informations, visitez notre site Web (www.acfc.gc.ca).

Demandes de renseignements et plaintes reçues à propos de la conformité

Les figures 12 et 13 illustrent des communications adressées à l'ACFC en 2003-2004 à propos de la conformité. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales.

La figure 12 illustre le nombre de communications adressées à l'ACFC en 2003-2004 à propos de la conformité. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales.

Compte tenu du fait que le nombre de communications reçues à propos de la conformité a augmenté de 2002-2003 à 2003-2004, les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales.

Figure 12 : Nombre total de communications¹ reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

	2002-2003	2003-2004
Fermetures de succursales		
Pratiques commerciales	1	4
Fermetures de succursales	733	65
Fermetures de succursales	3	7
Codes de conduite ² et engagements publics ³		
Plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics	242	268
Demandes de renseignements concernant les codes de conduite et les engagements publics	46	64
Procédures de traitement des plaintes		
Plaintes relatives aux procédures de traitement des plaintes	3	4
Dispositions visant les consommateurs		
Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs	778	440
Demandes de renseignements concernant les dispositions visant les consommateurs	11	53
Plaintes signalées directement par une institution	98	134
NOMBRE TOTAL DE COMMUNICATIONS ENREGISTRÉES AU CHAPITRE DE LA CONFORMITÉ POUR LA PÉRIODE VISÉE	685	1 169

1. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales.

2. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales.

3. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales. Les communications reçues à propos de la conformité sont classées en cinq catégories principales.

Figure 13 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics, 2003-2004

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2002-2003	Dossiers ouverts en 2003-2004	Dossiers fermés en 2003-2004	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004
Comptes				
Préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais	3	146	149	0
Divuligation de l'information sur les comptes, des frais et des services aux clients et au public ¹	4	10	13	1
Divuligation des frais de tenue de comptes		1		1
Divuligation des taux d'intérêt applicables aux comptes et des méthodes de calcul	1	3		4
Défaut de communiquer et de rendre accessibles les frais imposés pour l'ouverture d'un nouveau et/ou deuxième compte — Clients seulement		3	3	0
Défaut de communiquer et de rendre accessible l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base		3	2	1
Remise des conventions de compte et de la procédure de traitement des plaintes ²		2	2	0
Remise d'avis de refus d'ouvrir un compte		2	1	1
Refus d'ouvrir un compte — Généralités		39	23	16
Refus d'ouvrir un compte — Faillite		12	5	7
Refus d'ouvrir un compte — Antécédents en matière de crédit		54	25	29
Refus d'ouvrir un compte — Pas de pièce d'identité valable		20	15	5
Fermetures de succursales				
Préavis requis	6	4	7	3
Demandes visant la tenue de réunions publiques ³	16	40	52	4
Demandes visant la modification des exigences de préavis	1	6	7	0
Conformité des entités du groupe		2	0	2
Coût d'emprunt — Généralités	6	8	13	1
Cartes de crédit				
Divuligation en langage simple		1	1	0
Divuligation du taux d'intérêt annuel		16	2	14
Divuligation des changements apportés au coût d'emprunt	1	25	22	4
Divuligation du coût d'emprunt, du taux d'intérêt et des frais ⁴	6	52	37	21
Divuligation de l'information requise sur les formulaires de demande de carte de crédit		10	6	4
Divuligation de l'information requise sur les relevés mensuels ⁵	1	25	19	7
Divuligation concernant les services facultatifs	2	36	34	4
Généralités ⁶	11	23	28	6
Remise de relevés mensuels	1	30	18	13
Remboursements interdits avant la date d'échéance		1	1	0
Solde minimum requis pour les cartes de crédit		2	1	1
Divuligation des frais	5	20	23	2
Divuligation des taux d'intérêt — Généralités		3	3	0
Divuligation des taux d'intérêt dans la publicité	1	2	3	0
Établissement d'une procédure de traitement des plaintes		1		1
Cheques du gouvernement fédéral				
Défaut de communiquer et de rendre accessible l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base		2	0	2
Frais d'encaissement	1	5	5	1
Refus d'encaisser		7	2	5
Retenues sur les cheques déposés	1	33	34	0
Depôts indexés	1	0	1	0
Prêts				
Divuligation en un langage simple		2	2	0
Divuligation concernant les services facultatifs		2	1	1
Généralités	3	21	21	3
Avis de changement ou de modification de l'accord de prêt ou du coût d'emprunt ⁷	3	21	15	9

Figure 13 (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2002-2003	Dossiers ouverts en 2003-2004	Dossiers fermés en 2003-2004	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004
Prêts (suite)				
Remise de relevés mensuels		2	0	2
Obligation de divulguer le coût d'emprunt sous forme de taux annuel		1	1	0
Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans la publicité	4	2	3	3
Obligation de divulguer le coût d'emprunt lorsque le prêt est accordé ⁹	3	20	20	3
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	3	4	5	2
Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les rabais et les frais		23	14	9
Organisme tiers de règlement des différends pour les institutions financières sous réglementation fédérale autres que les banques		3	0	3
Ventes liées				
Ventes liées avec coercition	1	20	17	4
Défaut d'afficher les déclarations sur les ventes liées		4	3	1
Sous-total des cas liés aux dispositions visant les consommateurs	85	774	659	200
Codes de conduite et engagements publics				
Accès aux services bancaires de base				
Aucun dépôt ni solde minimal requis		1	1	0
Refus d'ouvrir — Généralités ¹⁰	2	14	16	0
Refus d'ouvrir — Faillite	0	13	13	0
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit ¹¹	6	53	59	0
Refus d'ouvrir — Situation en matière d'emploi	1		1	0
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	1	6	7	0
Code de conduite pour les activités d'assurance autorisées		3	2	1
Code sur les cartes de débit¹²	11	66	63	14
Engagements publics pris par les institutions financières				
Accessibilité de la procédure de traitement des plaintes		8	6	2
Engagement d'encaisser les chèques du gouvernement fédéral		1	1	0
Cartes de crédit	4	76	62	18
Investissements		8	7	1
Autres	1	4	5	0
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises		13	10	3
Engagement relatif aux services non sollicités		2	0	2
Sous-total pour les codes de conduite et les engagements publics	26	268	253	41
Dépôt de documents³				
Fermetures de succursales¹³				
Succursales en magasin ou satellites ¹⁴	5	138	142	1
Préavis au commissaire	15	193	200	8
Fermetures temporaires ¹⁴		40	40	0
Procédures de traitement des plaintes	8	12	16	4
Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité		12	12	0
Sous-total pour le dépôt de documents	28	395	410	13
TOTAL GÉNÉRAL POUR 2002-2003	46	991	882	155
TOTAL GÉNÉRAL POUR 2003-2004	139	1 437	1 322	254

(Notes : Voir la page suivante)

[illegible]

Figure 13 (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2002-2003	Dossiers ouverts en 2003-2004	Dossiers fermés en 2003-2004	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004
Prêts (suite)				
Permis de relayer mensuels		2	8	11
Obligation de divulguer le coût d'un prêt sous forme de taux annuel		1	5	6
Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans la publicité	4	2	3	3
Obligation de divulguer le coût d'emprunt sous le prêt sur gage	1	20	50	12
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	8	4	3	12
Obligation de fournir des renseignements sur le renouvellement des prêts (hypothèque et autres)		22	12	9
Organisme tiers de règlement des différends pour les institutions financières sous réglementation fédérale autres que les banques		8	0	3
Ventes liées				
Ventes liées avec condition	1	20	17	4
Uniquement acheter les documents au lieu d'être vendu		4	3	1
Sous-total des cas liés aux dispositions visant les consommateurs	85	774	659	200
Codes de conduite et engagements publics				
Accès aux services bancaires de base				
Accès direct le plus moins réduit		1	1	0
Relais d'appel — Université	2	14	16	0
Relais d'appel — Facile	0	13	13	0
Relais d'appel — Intervenants de relais de service	0	53	50	0
Relais d'appel — Situation en matière d'emploi	1	1	1	0
Relais d'appel — Plan de service d'urgence	1	0	1	0
Code de conduite pour les activités d'assurance autorisées		3	2	1
Code sur les cartes de débit ⁽¹⁾	11	63	63	14
Engagements publics pris par les institutions financières				
Accessibilité de la procédure de traitement des plaintes		8	8	0
Engagement d'adopter les directives du gouvernement fédéral		1	1	0
Cartes de crédit	8	76	62	16
Renouvellement	1	8	7	0
Autres	1	4	5	0
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises		1	10	0
Engagement relatif aux services non sollicités		0	0	0
Sous-total pour les codes de conduite et les engagements publics	26	268	253	41
Dépot de documents⁽²⁾				
Fermures de succursales⁽³⁾				
Succursales en danger de fermeture	8	135	142	1
Procs de fermeture	18	101	100	0
Fermures temporaires	0	40	40	0
Procédures de traitement des plaintes	0	11	0	0
Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité		12	12	0
Sous-total pour le dépot de documents	28	395	410	13
TOTAL GÉNÉRAL POUR 2002-2003	46	991	882	155
TOTAL GÉNÉRAL POUR 2003-2004	139	1 437	1 322	254

Source : ACFC, 2004.

Figure 13 (suite)

1. En compte 3 cas dans le rapport de l'année dernière contre 4 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
2. En compte 1 cas dans le rapport de l'année dernière contre 0 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
3. Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
4. En compte 7 cas dans le rapport de l'année dernière contre 0 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
5. Un des cas dont le dossier a été fermé fait actuellement l'objet d'un appel devant la cour fédérale.
6. On ne comptait aucun cas dans le rapport de l'année dernière contre 1 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
7. En compte 12 cas dans le rapport de l'année dernière contre 11 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
8. En compte 2 cas dans le rapport de l'année dernière contre 3 au début de la présente année. L'un des cas doit se dissoudre à une future époque devant la cour fédérale après que nous aurons obtenu davantage de renseignements.
9. En compte 4 cas dans le rapport de l'année dernière contre 5 au début de la présente année. Celui-ci est attribuable à une reclassification.
10. En compte 1 cas dans le rapport de l'année dernière contre 2 au début de la présente année. L'un des cas doit se dissoudre à une future époque devant la cour fédérale après que nous aurons obtenu davantage de renseignements.
11. En compte 12 cas dans le rapport de l'année dernière contre 6 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
12. En compte 9 cas dans le rapport de l'année dernière contre 11 au début de la présente année. Deux des cas relèvent d'un nouveau produit / service après que les consommateurs nous ont fourni les renseignements requis pour prendre des mesures.
13. En compte 14 cas dans le rapport de l'année dernière contre 20 au début de la présente année. Les universitaires apportent au système et les modifications à la documentation des statistiques de l'ACFC nous ont permis d'étudier plus en détail que le profil de l'année dernière avant les bureaux.
14. Le dépôt de ces documents n'est pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières toward à obtenir et communiquer des modifications apportées aux services de détail.

La figure 14 décrit comment l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2003-2004. En tout, 253 dossiers concernant ces cas ont

été fermés. L'accès aux services bancaires, les codes relatifs aux cartes de débit et les codes relatifs aux cartes de crédit ont été les principaux sujets soulevés.

Figure 14 : Dossiers¹ fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite² et aux engagements publics³, selon le type de disposition, 2003-2004

	Types de disposition			Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004
	Respect	Non-respect	Retrait ⁴	
Accès aux services bancaires de base				
Aucun dépôt ni solde minimum requis			1	1
Refus d'ouvrir — Généralités	9	1	6	16
Refus d'ouvrir — Faillite	2	2	9	13
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	20	9	30	59
Refus d'ouvrir — Situation en matière d'emploi			1	1
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valide	2	4	1	7
Code de conduite pour les activités d'assurance autorisées	0		2	2
Code relatif aux cartes de débit	44	2	17	63
Engagements publics pris par les institutions financières				
Engagement d'encaisser les chèques du gouvernement fédéral (d'un montant maximal de 1 500 \$)	1			1
Procédures de traitement des plaintes	3		3	6
Cartes de crédit	46	4	12	62
Investissements	5		2	7
Autres	4		1	5
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises	7		3	10
TOTAL POUR L'ANNÉE, DOSSIERS FERMÉS SELON LE TYPE DE DISPOSITION	143	22	88	253

1. Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

2. Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

3. Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

4. Les cas sont souvent retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de conformité.

Figure 15 : Questions relatives aux fermetures de succursales

	2002-2003	2003-2004
Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières	302 ¹	371
Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales ²	213	258
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales		
Accordées ³	3	4
Refusées	0	3
En suspens	3	0
Reçues	4	6
Demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales ⁴		
Demandes en suspens	7	4
Demandes reçues	133	40
Demandes retirées	0	6
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, accordées ou refusées		
Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion ⁵	23	18
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion ⁶	11	5
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion	5	10

¹ Nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition prescrite par règlement, ainsi que les demandes visant à modifier le préavis requis.

² Il s'agit de plaintes se rapportant aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.

³ Le commissaire a accepté la demande de l'institution financière visant à modifier les exigences de préavis de fermeture de succursales.

⁴ Dans certains cas, il s'agissait de demandes multiples se rapportant à la même succursale.

⁵ L'ACFC reçoit souvent des demandes multiples pour une seule fermeture de succursale; un dossier est créé pour chaque demande. Au cours des exercices précédents, le dossier primaire demeurait actif jusqu'à ce que la décision du commissaire concernant la demande visant la tenue d'une réunion soit reçue. Les dossiers ouverts après la réception de demandes ultérieures, le cas échéant, étaient fermés peu de temps après la réception de celles-ci. Conformément aux lignes directrices actualisées sur le traitement des cas, tous les dossiers ouverts relativement à des demandes visant la tenue d'une réunion demeurent actifs jusqu'à ce que la décision du commissaire soit reçue.

⁶ Il est fréquent que les institutions décident de leur plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire les y oblige officiellement.

La figure 15 (ci-dessus) présente la façon dont l'ACFC a traité les plaintes portant sur les fermetures de succursales en 2002-2003 et en 2003-2004. Dans dix cas, le commissaire a exigé la tenue d'une réunion entre les représentants de la banque, des membres de l'ACFC et tout autre intéressé afin que les fermetures fassent l'objet de discussions plus approfondies.

La figure 16 (ci-dessous) fait état des dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition. En tout, on a enregistré 20 cas qui étaient à l'origine de 39 violations (voir également la figure 4, p. 21).

Figure 16 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2003-2004

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation(s)	Retrait	Acceptation	Refus	Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004
Comptes						
Préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais	139		10			149
Divulguation de l'information sur les comptes, des frais et des services aux clients et au public	7	1	5			13
Défaut de communiquer et de rendre accessibles les frais imposés pour l'ouverture d'un nouveau et/ou deuxième compte — Clients seulement	2		1			3
Défaut de communiquer et de rendre accessible l'information concernant le Règlement sur les services bancaires de base	2					2
Remise des conventions de compte et de la procédure de traitement des plaintes	1		1			2
Remise de l'avis de refus d'ouvrir un compte	1					1

	Types de disposition			Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004
	Respect	Non-respect	Retrait ¹	
Accès aux services bancaires de base	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet, accès	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Code de conduite pour les activités d'assurance automobile	100	0	0	100
Code relatif aux cartes de crédit	100	0	0	100
Engagements publics pris par les institutions financières	100	0	0	100
Engagement d'assurance de crédit de l'assurance	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Code de conduite sur les relations avec les fournisseurs	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
Droit d'accès et accès internet	100	0	0	100
TOTAL POUR L'ANNÉE DOSSIERS FERMÉS	100	0	0	100
SELON LE TYPE DE DISPOSITION	100	0	0	100

Figure 15 : Questions relatives aux fermetures de succursales

	2002-2003	2003-2004
Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières	302	371
Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales ²	213	258
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales		
Acceptées	3	4
Refusées	0	3
En attente	3	0
Plaintes	4	6
Demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales ³		
Demandes en suspens	7	4
Acceptées	133	40
Demandes refusées	0	6
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, accordées ou refusées		
Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion	23	18
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion	11	5
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion	5	10

1. La figure 15 ne tient pas compte des plaintes reçues par le commissaire de l'ACF6 en vertu de la Loi sur l'accès à l'information. Les plaintes reçues en vertu de la Loi sur l'accès à l'information sont traitées séparément et sont publiées dans le rapport annuel de l'ACF6.

2. Les plaintes reçues par le commissaire de l'ACF6 en vertu de la Loi sur l'accès à l'information sont traitées séparément et sont publiées dans le rapport annuel de l'ACF6.

3. Les demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales sont traitées séparément et sont publiées dans le rapport annuel de l'ACF6.

La figure 15 ne tient pas compte des plaintes reçues par le commissaire de l'ACF6 en vertu de la Loi sur l'accès à l'information. Les plaintes reçues en vertu de la Loi sur l'accès à l'information sont traitées séparément et sont publiées dans le rapport annuel de l'ACF6.

La figure 16 (ci-dessous) fait état des dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition. En tout, on a enregistré 20 cas qui étaient à l'origine de 30 violations (voir également la figure 1, p. 21).

Figure 16 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2003-2004

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation(s)	Retrait	Acceptation	Refus	Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004
Comptes						
Préavis de modification des frais de débiteur	139		10			149
Préavis de modification des frais de débiteur	0	1	5			13
Préavis de modification des frais de débiteur	2		1			3
Préavis de modification des frais de débiteur	2					2
Préavis de modification des frais de débiteur	1		1			2
Préavis de modification des frais de débiteur	1					1

Figure 16 (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation(s)	Retrait	Acceptation	Refus	Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004
Comptes (suite)						
Refus d'ouvrir un compte — Généralités	22		1			23
Refus d'ouvrir un compte — Facile	4		1			5
Refus d'ouvrir un compte — Antécédents en matière de crédit	13		10			23
Refus d'ouvrir un compte — Pas de point de compte valide	11		3			14
Fermetures de succursales						
Préavis requis		7				7
Demandes visant la tenue de comptes publics			14	38	8	60
Demandes visant la modification des exigences de préavis				4	3	7
Encaissement des chèques du gouvernement fédéral						
Frais d'encaissement		2	3			5
Refus d'encaisser	1		1			2
Coût d'emprunt — Généralités	12		1			13
Cartes de crédit						
Divulgaration en un langage simple	1					1
Divulgaration du taux d'intérêt annuel	2					2
Divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt	17	1	4			22
Divulgaration du coût d'emprunt du taux d'intérêt qui varie	37	2	5			44
Divulgaration de l'information requise sur les Antécédents de demande de carte de crédit	0					0
Divulgaration de l'information requise dans les avis mensuels	14	1				15
Divulgaration concernant les services facultatifs	29		5			34
Généralités	25		3			28
Remise de relevés annuels	8		10			18
Remboursements interdits avant l'expiration	1					1
Solde minimum requis pour les cartes de crédit	1					1
Divulgaration des frais	24		2			26
Divulgaration des taux d'intérêt — Généralités	3					3
Divulgaration des taux d'intérêt dans la publicité	2					2
Retenues sur les chèques déposés	25		9			34
Depôts indexés						
Prêts						
Divulgaration en un langage simple	2					2
Divulgaration concernant les services facultatifs			1			1
Généralités	14		6			20
Avis de changement ou de modification de l'encours de prêt ou du coût d'emprunt	10		5			15
Obligation de divulguer le coût d'emprunt sous forme de taux annuel	1					1
Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans le détail	1	2				3
Obligation de divulguer le coût d'emprunt lorsque le prêt est accordé	17		3			20
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	2		1			3
Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les taxes et les frais	13		1			14
Ventes liées						
Ventes liées avec coercition	12	1	4			17
Défaut d'afficher les déclarations sur les ventes liées	2					2
NOMBRE TOTAL DE DOSSIERS POUR DES CAS RELATIFS AUX DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS¹	483	20	111	34	11	659

¹ Les renseignements sont basés sur les données de 2003-2004.² Les renseignements sont basés sur les données de 2003-2004.

Figure 16 (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Non-violation	Violation(s)	Retrait	Acceptation	Refus	Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004
Comptes (suite)						
Refus d'ouvrir un compte — Généralités	22		1			23
Refus d'ouvrir un compte — Faillite	4		1			5
Refus d'ouvrir un compte — Antécédents en matière de crédit	15		10			25
Refus d'ouvrir un compte — Pas de pièce d'identité valable	11		4			15
Fermetures de succursales						
Préavis requis		7				7
Demandes visant la tenue de réunions publiques			14	30	8	52
Demandes visant la modification des exigences de préavis				4	3	7
Encaissement des chèques du gouvernement fédéral						
Frais d'encaissement		2	3			5
Refus d'encaisser	1		1			2
Coût d'emprunt — Généralités	12		1			13
Cartes de crédit						
Divulgence en un langage simple	1					1
Divulgence du taux d'intérêt annuel	2					2
Divulgence des changements apportés au coût d'emprunt	17	1	4			22
Divulgence du coût d'emprunt, du taux d'intérêt et des frais ¹	27	5	5			37
Divulgence de l'information requise sur les formulaires de demande de carte de crédit	6					6
Divulgence de l'information requise sur les relevés mensuels	18	1				19
Divulgence concernant les services facultatifs	29		5			34
Généralités	25		3			28
Remise de relevés mensuels	8		10			18
Remboursements interdits avant la date d'échéance	1					1
Solde minimum requis pour les cartes de crédit	1					1
Divulgence des frais	21		2			23
Divulgence des taux d'intérêt — Généralités	3					3
Divulgence des taux d'intérêt dans la publicité	3					3
Retenues sur les chèques déposés	25		9			34
Dépôts indexés	1					1
Prêts						
Divulgence en un langage simple	2					2
Divulgence concernant les services facultatifs			1			1
Généralités	15		6			21
Avis de changement ou de modification de l'accord de prêt ou du coût d'emprunt	10		5			15
Obligation de divulguer le coût d'emprunt sous forme de taux annuel	1					1
Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans la publicité	1	2				3
Obligation de divulguer le coût d'emprunt lorsque le prêt est accordé	17		3			20
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	4		1			5
Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les rabais et les frais	13		1			14
Ventes liées						
Ventes liées avec coercition	12	1	4			17
Défaut d'afficher les déclarations sur les ventes liées	3					3
NOMBRE TOTAL DE DOSSIERS POUR DES CAS RELATIFS AUX DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS²	483	20	111	34	11	659

¹ Un cas fait actuellement l'objet d'un appel devant la cour fédérale.

² Les 20 cas sont à l'origine de 39 violations (voir également la figure 4, p. 21).

Donner suite aux préoccupations des Canadiens

La gestion des plaintes *par l'ACFC*

Lorsqu'un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée pour déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi. Si des recherches doivent être faites, nous rappelons l'auteur de la plainte dans les 48 heures.

Lorsque nous avons cerné la situation exposée par le consommateur et déterminé s'il s'agit ou non d'une plainte relevant de notre compétence, nous informons le plaignant des choix qui s'offrent à lui. Si la plainte est liée à une éventuelle violation de la loi, un agent

de conformité de l'ACFC communique avec l'institution financière du consommateur pour discuter de la plainte. S'il est recommandé de poursuivre la démarche, un agent peut demander à l'auteur de la plainte et à l'institution financière de lui fournir par écrit des renseignements concrets.

Le consommateur est également informé de la procédure de traitement des plaintes de l'institution. Lorsque la plainte ne relève pas de notre mandat, nous dirigeons le plaignant vers l'organisation la mieux placée pour l'aider.



Schéma 1 : Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC

Processus

Résultats éventuels

Un dossier de conformité est ouvert dans les situations suivantes :

- un consommateur dépose une plainte auprès de l'ACFC;
- une institution financière signale volontairement une éventuelle question liée à la conformité;
- les activités de surveillance de l'ACFC, y compris celles qui suivent, révèlent une éventuelle préoccupation en matière de conformité :
 - examens et enquêtes de l'Agence;
 - sondages aux fins de l'évaluation mystère de l'ACFC;
 - sondages auprès des consommateurs ou rapports médiatiques.



Le cas est confié à un agent de conformité de l'ACFC. L'agent amorce une enquête et demande des renseignements concrets au plaignant et/ou à l'institution financière.



L'agent de conformité expose les faits et donne une analyse du cas dans un rapport. Il formule aussi une recommandation concernant la mesure de conformité que le commissaire devrait envisager. Une copie du rapport est envoyée à l'institution financière en vue d'obtenir ses commentaires.



Le commissaire :

- examine le rapport de l'agent et les commentaires de l'institution financière;
- détermine, en se fondant sur des motifs raisonnables, s'il y a eu violation;
- dans l'affirmative, prend la mesure de conformité pertinente.

Il est établi qu'il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité. Aucune autre mesure n'est prise.

Mesures de conformité :

- lettre de réprimande;
- entente de conformité;
- procès-verbal de violation, avec sanction;
- poursuites;
- injonction.

Rôles et responsabilités opérationnels

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. William (Bill) G. Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer un rapport chaque année au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances et rendre compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'ACFC;
- gérer les activités de l'ACFC, notamment assumer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines;
- surveiller environ 420 institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer si elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, de même qu'à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;
- élargir les initiatives lancées à l'échelle nationale en matière d'éducation pour définir les besoins des consommateurs sur le plan des connaissances financières, et y répondre.

Le commissaire est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC) et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances, et à ce titre, il

fournit des conseils sur les grandes questions de consommation et, ce faisant, apporte une importante contribution aux conseils stratégiques que le Comité fournit au ministre des Finances.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* exige que l'ACFC sensibilise les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables et favorise leur compréhension des services financiers et des questions s'y rapportant. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- mener des travaux de recherche et des sondages;
- diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;
- traiter la correspondance avec les consommateurs et exploiter un centre d'appels (conjointement avec la SADC).

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la *Loi sur les banques*, de la *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*, de la *Loi sur les sociétés d'assurances* et de la *Loi sur les associations coopératives de crédit*. La Direction s'occupe également de veiller au respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières et de leurs associations. Elle est aussi chargée de promouvoir une culture propice à la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B (p. 62). Elles s'appliquent aux activités suivantes :

- l'ouverture de comptes de dépôt de détail;
- l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral;
- la fermeture des succursales de détail;

- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques;
- la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC;
- l'établissement d'une procédure de traitement des plaintes;
- la divulgation du coût d'emprunt.

Les codes de conduite volontaires et les engagements publics sont mis en place par les institutions financières pour protéger les consommateurs. Ils portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations en matière de crédit avec les petites entreprises. L'ACFC suit de près le respect des codes et des engagements, en enquêtant sur les plaintes et en rendant publiques les constatations qu'elle tire. L'ACFC joue également un rôle préventif en veillant à ce que les dispositions des codes volontaires et des engagements publics soient mises en œuvre.



Les responsabilités de la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie sont les suivantes :

- faire enquête sur les plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter, et y donner suite;
- gérer l'application du cadre de conformité et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;
- suivre de près le respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics visant à protéger les intérêts des consommateurs;
- surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances;
- encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la mise en œuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables.

Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons l'évaluation mystère, les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens spéciaux de la situation des institutions financières fédérales, et les études effectuées par des tiers.

Pour veiller au respect des lois et des règlements, l'ACFC utilise des méthodes qui vont des mesures administratives à l'imposition d'amendes, ou à la publication de la nature d'une violation, du nom de son auteur et du montant de la sanction pécuniaire imposée. L'approche adoptée pour un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et l'ampleur du problème, la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur et les antécédents de l'institution financière en matière de conformité.

Pour remplir le mandat de l'ACFC visant le maintien d'étroites relations avec le secteur financier, des membres de l'Agence rencontrent régulièrement des représentants des institutions financières. Certaines

réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme les activités de surveillance, les questions liées à la conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics. Il va sans dire que l'objectif fondamental est de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la conformité aux règlements. L'épine dorsale de cette nouvelle culture de la conformité est la collaboration sans réserve des institutions financières.

Direction des services administratifs

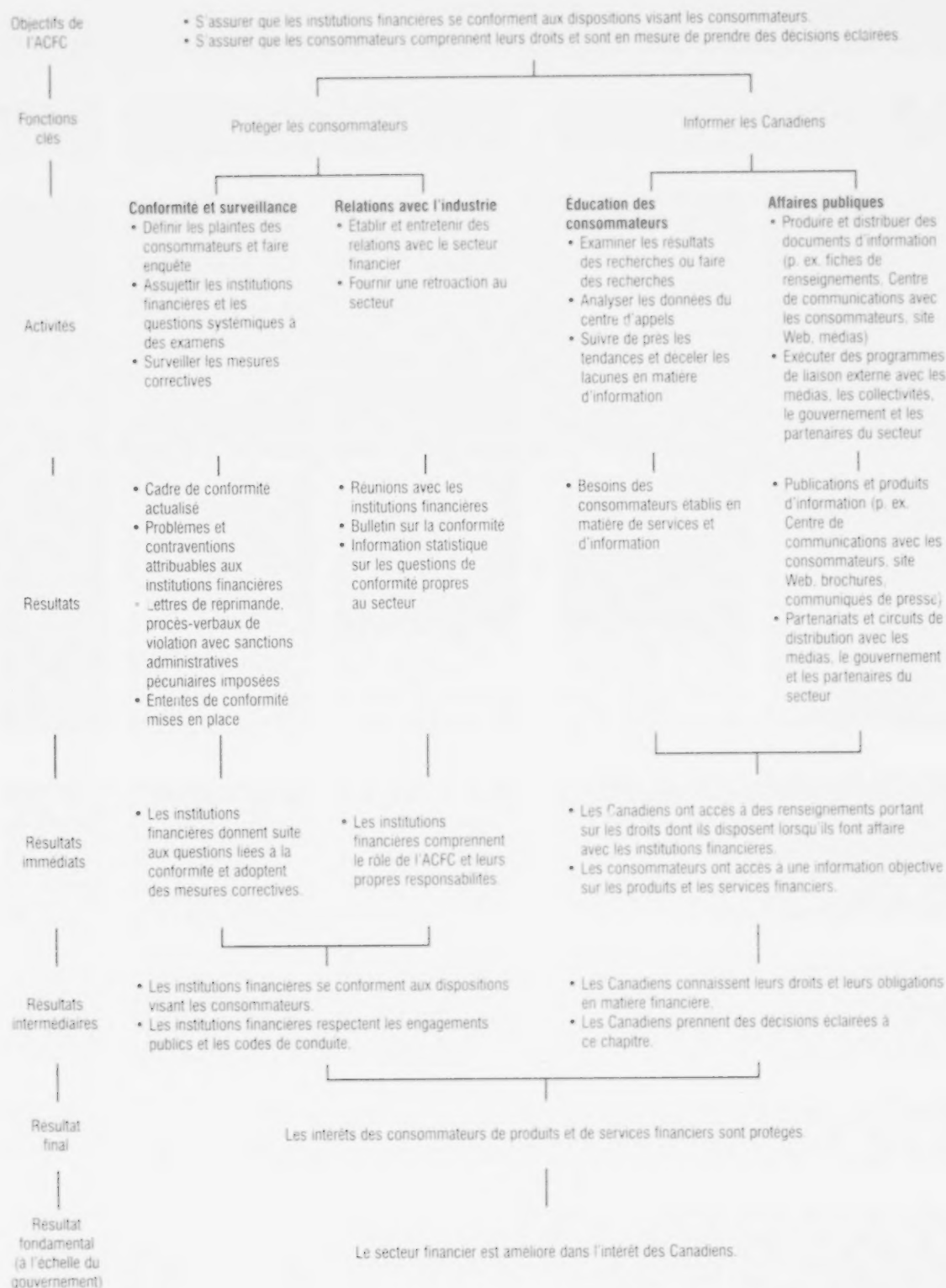
La Direction des services administratifs fournit à l'ACFC des services dans les domaines suivants : ressources humaines, gestion financière, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des installations, gestion des documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et financières, et avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour des services en matière de technologie et de communication.

Direction des services juridiques

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de Justice Canada fait partie de la structure de gestion de l'ACFC et relève directement du commissaire. L'avocat-conseil donne des avis sur tous les aspects du mandat et des activités de l'ACFC.

Schéma 2 : Cadre de gestion et de responsabilisation axe sur les résultats de l'ACFC



Rendement de l'ACFC

L'ACFC surveille son rendement interne pour s'assurer que ses procédures sont efficaces et efficientes, et lui permettent d'offrir le meilleur service possible aux Canadiens. Deux facteurs témoignent de l'importance croissante des activités menées par l'ACFC dans l'intérêt des consommateurs. Il s'agit d'une part de l'augmentation du nombre d'appels au Centre de communications avec les consommateurs, et d'autre part des constatations tirées de notre premier sondage auprès des appelants pour déterminer leur satisfaction, qui révèle que les consommateurs sont très contents de l'aide fournie par l'ACFC.

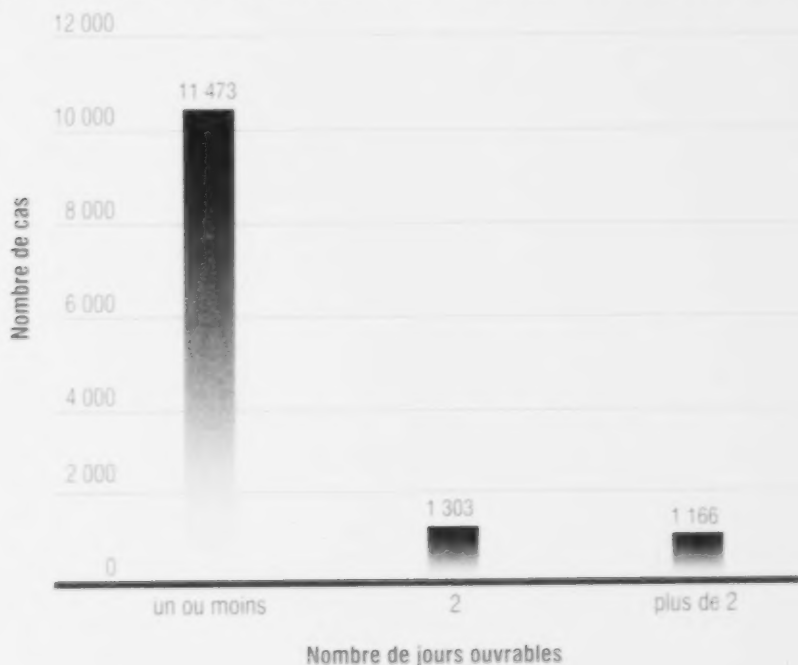
Rendement en matière de services aux consommateurs

L'ACFC assure le suivi statistique de son rendement en matière de services dans trois grands domaines d'activité : le Centre de communications avec les consommateurs, l'Unité de la correspondance et la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie.

Centre de communications avec les consommateurs

En 2003-2004, le Centre de communications avec les consommateurs a reçu 15 471 appels, soit une hausse de 34 p. 100 par rapport à 2002-2003, année pour laquelle on avait enregistré 11 520 appels. La durée moyenne d'un appel a été d'environ trois minutes. Pour en savoir plus sur les statistiques compilées à ce chapitre, voir la figure 17.

Figure 17 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs, 2003-2004



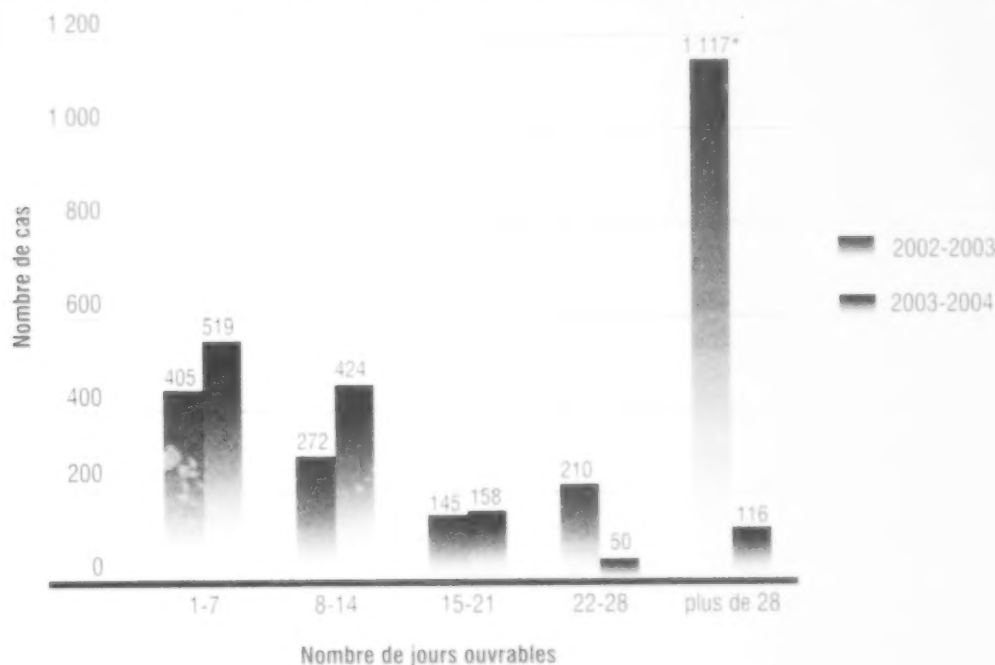
Unité de la correspondance

L'Unité de la correspondance est chargée de répondre aux courriels et aux lettres que les consommateurs adressent à l'ACFC. En 2003-2004, nous avons répondu à 74,5 p. 100 de l'ensemble des communications reçues, dans les 14 jours ouvrables suivant leur réception. Pour plus d'information, voir la figure 18.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

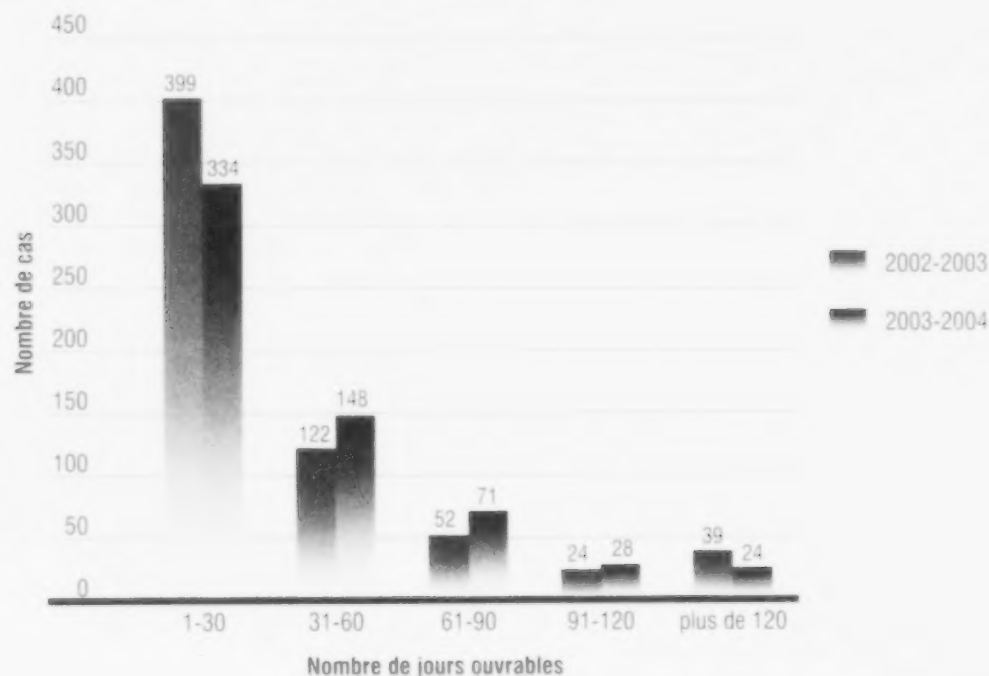
La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme le montre la figure 19 (à droite), plus de la moitié des dossiers (55 p. 100) ont été fermés 30 jours après avoir été ouverts. Près de 80 p. 100 des dossiers ont été fermés dans les 60 jours suivant leur ouverture.

Figure 18 : Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité



* L'ACFC a eu l'occasion de répondre à une pétition d'Optus consommateurs. En conséquence, elle a reçu plus de 1 500 lettres en même temps. Il convient de noter que celles-ci n'étaient pas associées aux nombres courants de l'ACFC sur le temps de réponse.

Figure 19 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité



Sondage mené sur la satisfaction des appelants

En décembre 2003, l'ACFC a retenu les services d'une firme indépendante spécialisée en recherches pour mener un sondage auprès des Canadiens qui avaient téléphoné au Centre de communications avec les consommateurs. Un peu plus de 600 consommateurs ont été interviewés. Dans l'ensemble, le niveau de

satisfaction à l'égard du rôle joué par l'ACFC et envers son personnel était très élevé.

Ce sondage, le premier du genre mené par l'ACFC, servira de point de repère pour évaluer les améliorations. L'ACFC a l'intention de mener un sondage tous les deux ans.

Résultats du sondage :

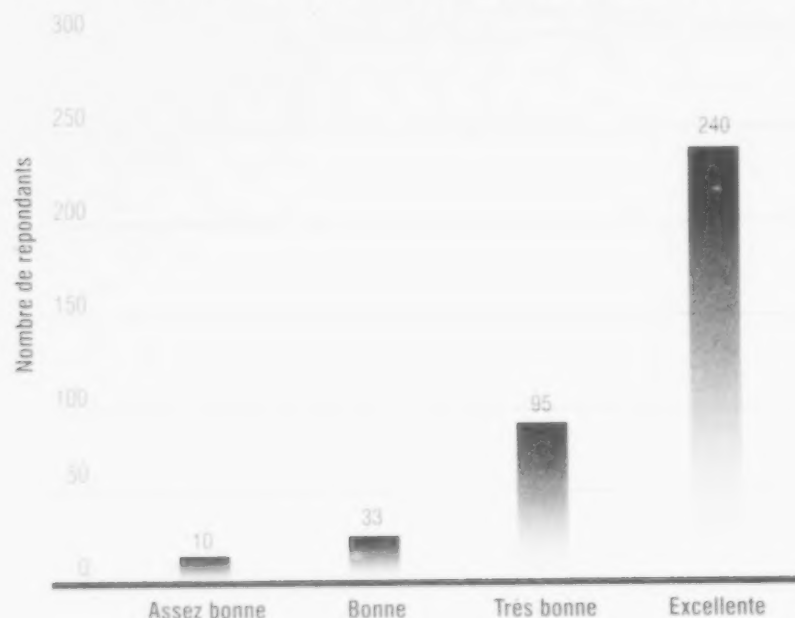
Répondants qui étaient d'avis que le gouvernement devait surveiller les institutions financières pour assurer la protection des consommateurs.	93 %
Répondants qui étaient d'avis que le personnel de l'ACFC avec lequel ils s'étaient entretenus faisait très bien son travail.	88 %
Répondants ayant déclaré qu'ils recommanderaient l'ACFC aux personnes ayant des questions concernant le secteur bancaire.	86 %
Répondants qui étaient d'avis que le Centre était sensible à leurs besoins.	80 %
Répondants qui étaient convaincus de l'exactitude de l'information qu'ils avaient reçue.	75 %
Répondants qui étaient satisfaits du résultat de leur dernière communication avec l'ACFC.	72 %
Répondants ayant déclaré que l'ACFC les avait dirigés vers l'organisme compétent.	71 %
Répondants ayant déclaré qu'ils avaient trouvé facilement la façon de communiquer avec l'ACFC.	61 %
Répondants ayant déclaré qu'ils savaient où aller pour obtenir le service dont ils avaient besoin.	46 %

Évaluation par les consommateurs de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*

En janvier 2004, nous avons invité les consommateurs à nous dire ce qu'ils pensaient de la nouvelle présentation de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*. Même s'il ne s'agissait pas d'un sondage exhaustif mené à grande échelle, il en est ressorti clairement que les consommateurs avaient

une opinion très positive de l'importance de la publication et que notre approche visant à répondre à leurs besoins donnait de bons résultats. Pour en savoir plus sur les constatations tirées de cette évaluation, voir la figure 20.

Figure 20 : Impression générale des consommateurs au sujet de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, numéro de janvier 2004



Liste des figures et schémas

N°	Titre	Page
<i>Figures</i>		
1	Distribution des publications de l'ACFC	10
2	Utilisation du site Web de l'ACFC	12
3	Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement	12
4	Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2003-2004	21
5	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2003-2004	25
6	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type, 2003-2004	26
7	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière fédérale, 2003-2004	26
8	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon le lieu, 2003-2004	27
9	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2003-2004	28
10	Demandes de renseignements reçues pour des questions autres que la conformité, selon le type	28
11	Plaintes à l'exception de celles relatives aux questions de conformité, selon le sujet	29
12	Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie	29
13	Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics, 2003-2004	30-32
14	Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition, 2003-2004	32
15	Questions relatives aux fermetures de succursales	33
16	Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2003-2004	33-34
17	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs, 2003-2004	41
18	Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité	42
19	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité	43
20	Impression générale des consommateurs au sujet de la publication <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i> , numéro de janvier 2004	44
<i>Schémas</i>		
1	Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC	36
2	Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats de l'ACFC	40



États financiers

Points saillants

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est financée par les cotisations versées par les institutions financières fédérales. Les banques couvrent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC, car la plupart des dispositions visant les consommateurs dont l'ACFC veille à assurer le respect s'appliquent à ces institutions.

Le présent rapport fait état de la deuxième année d'activités complète de l'ACFC. Le budget pour 2003-2004 avait été établi initialement à 7,3 millions de dollars, mais les dépenses se sont chiffrées globalement à 6,2 millions de dollars. L'exercice précédent, elles avaient totalisé 5,4 millions de dollars.

À mesure que nous progressons dans la mise en place des programmes de l'Agence, nous suivons les dépenses de près, et celles-ci demeurent toujours inférieures aux chiffres budgétisés. Cela résulte d'une approche prudente en matière de gestion financière ainsi que de notre capacité à recourir à des partenariats pour partager ou économiser les coûts de fonctionnement.

En 2003-2004, la charge de travail de l'ACFC a connu une augmentation marquée sur les plans de la conformité, de la correspondance et de la liaison externe. Nous avons donc accru notre effectif de cinq équivalents temps plein (ETP). Nous comptons désormais 35 ETP, soit 2 de plus que prévu dans le plan d'activités 2003-2004. Ces ressources additionnelles s'imposaient pour répondre à la demande plus élevée que prévu des Canadiens à l'égard de nos services.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a eu besoin de ressources plus importantes qu'elle ne s'y attendait pour effectuer et mener à bonne fin plusieurs vérifications et examens concernant l'industrie. Ils portaient notamment sur les cartes de crédit, les prêts hypothécaires, le suivi des constatations tirées de l'évaluation mystère et la mise en œuvre du cadre de conformité. Le travail occasionné par ces activités s'est ajouté à un volume de cas en nette croissance au chapitre des plaintes. Le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, qui est entré en

vigueur en septembre 2003, donne lieu à un nombre de cas de conformité supérieur aux attentes; un agent de conformité et un agent de soutien ont donc été embauchés pour nous aider à accomplir le travail.

Un agent statistique s'est joint à l'équipe de la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques. Dans le cadre de ses fonctions, il répond à la demande interne et externe concernant les analyses et les rapports relatifs aux tendances en matière de consommation et de conformité. Deux ETP ont été recrutés pour absorber le volume de travail accru occasionné par la correspondance avec les consommateurs et pour renforcer nos efforts de liaison externe. Suite à un changement apporté à sa stratégie de gestion, l'ACFC a décidé d'accroître sa capacité de liaison externe pour mieux cibler ses initiatives plutôt que de relever son profil au moyen de la publicité payante dans les médias.

Compte tenu des questions qui ont surgi pendant l'année écoulée, nous prévoyons encore que l'Agence devra effectuer des dépenses annuelles de l'ordre de 7 à 8 millions de dollars. Cela lui permettra de financer un programme modeste mais complet d'activités à l'appui de son mandat, qui comprend la protection et l'éducation des consommateurs à l'échelle du Canada. Parallèlement, nous continuons à réaliser des économies au chapitre opérationnel au moyen d'accords de services communs avec le Bureau du surintendant des institutions financières (pour la gestion des ressources humaines et financières), la Société d'assurance-dépôts du Canada (pour un centre d'appels conjoint) et Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (pour du soutien informatique clés en main). Nous établissons en outre des partenariats qui appuient nos initiatives de liaison externe et offrent des possibilités de partage des coûts.

Nous nous efforçons de mettre en œuvre un programme efficace qui répond aux attentes du Parlement et des consommateurs canadiens, tout en demeurant déterminés à faire une utilisation efficace des ressources allouées à l'Agence.

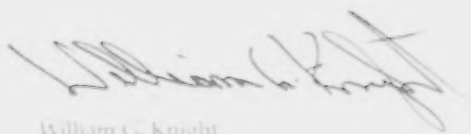
Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel.

Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisation, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

La vérificatrice générale du Canada, qui effectue des vérifications impartiales pour le compte du gouvernement du Canada, a vérifié les opérations et les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,



William G. Knight

Le commissaire adjoint de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,



Jim Callen

Ottawa, Canada

Le 28 mai 2004



RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2004 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2004 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada

John Rossetti, CA
directeur principal

Ottawa, Canada
Le 28 mai 2004

État de la situation financière

Au 31 mars

	2004	2003
ACTIFS		
A court terme		
Liquidités disponibles	2 002 702 \$	2 050 040 \$
Cotisations à recevoir	130 569	27 994
Autres actifs à court terme	1 741	1 625
Autres éléments d'actifs	92 713	81 571
Immobilisations (note 5)	576 235	683 367
Total des actifs	2 803 960 \$	2 844 597 \$
PASSIFS		
A court terme		
Créditeurs et charges à payer (notes 6 et 7)	577 785 \$	720 308 \$
Produits reportés	624 110	650 052
Emprunt (note 6)	1 500 000	1 350 000
Avantages sociaux futurs	102 065	124 237
Total des passifs	2 803 960 \$	2 844 597 \$
Avoir du Canada	—	—
TOTAL DES PASSIFS ET DE L'AVOIR DU CANADA	2 803 960 \$	2 844 597 \$

Engagements (note 8)

Approuvé par :

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.



William G. Knight

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

État des résultats et de l'avoir du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars

	2004	2003
PRODUITS		
Cotisations	6 176 587 \$	5 382 358 \$
Autres produits	985	1 094
Total des produits	6 177 572	5 383 452
CHARGES		
Salaires et avantages sociaux (note 4)	3 365 851	2 848 840
Services professionnels (note 7)	1 083 708	835 886
Locaux (notes 7 et 8)	652 047	616 611
Autres	467 683	262 976
Gestion et technologie de l'information (note 7)	424 478	611 526
Intérêt	126 017	101 950
Déplacements	115 960	88 669
Avantages sociaux futurs	(22 172)	16 994
Total des charges	6 213 572	5 383 452
Résultats d'exploitation avant les sanctions administratives pécuniaires et le financement public	(36 000)	—
Sanctions administratives pécuniaires (note 9)	17 000	—
Crédit parlementaire — Fonction moderne de contrôleur (note 10)	36 000	—
Résultats d'exploitation nets	17 000	—
AVOIR DU CANADA AU DEBUT DE L'EXERCICE		
Sanctions administratives pécuniaires comptabilisées pour le compte du gouvernement	(17 000)	—
AVOIR DU CANADA À LA FIN DE L'EXERCICE	— \$	— \$

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers

État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 mars

	2004	2003
ACTIVITES D'EXPLOITATION		
Résultats d'exploitation nets	17 000 \$	— \$
Postes hors caisse compris dans les résultats d'exploitation nets		
Amortissement des immobilisations (note 5)	172 525	151 328
Avantages sociaux futurs accumulés	(22 172)	16 994
Variations du fonds de roulement		
(Augmentation) Diminution — Cotisations à recevoir	(102 575)	6 801 115
(Augmentation) — Autres éléments d'actifs	(11 142)	(50 195)
(Augmentation) — Autres éléments d'actifs à court terme	(116)	(1 625)
(Diminution) — Créditeurs et charges à payer	(142 523)	(568 759)
(Diminution) — Produits reportés	(25 942)	(3 040 537)
Sanctions administratives pécuniaires versées au Trésor	(17 000)	—
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	(131 945)	3 308 321
ACTIVITES D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations (note 5)	(65 393)	(115 607)
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(65 393)	(115 607)
ACTIVITES DE FINANCEMENT		
Nouveaux emprunts pendant l'exercice	6 000 000	1 350 000
Remboursements pendant l'exercice	(5 850 000)	(7 000 000)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	150 000	(5 650 000)
LIQUIDITES DISPONIBLES		
(Diminution) des liquidités disponibles pendant l'exercice	(47 338)	(2 457 286)
Liquidités disponibles au début de l'exercice	2 050 040	4 507 326
Liquidités disponibles à la fin de l'exercice	2 002 702 \$	2 050 040 \$

Les valeurs sont exprimées en millions de dollars canadiens.

Notes aux états financiers

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2004

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* (la *Loi*) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un ministère du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* et consiste en ce qui suit :

- a. **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b. **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c. **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;
- d. **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;
- e. **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la *Loi* prévoit que l'industrie finance le coût d'exploitation de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale financées de cette façon.

Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au *Règlement sur les cotisations des institutions financières* (Agence de la consommation en matière financière du Canada), qui énonce la méthode qui sert à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la *Loi*.

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. L'Agence est tributaire des cotisations des institutions financières pour financer le coût de son exploitation, y compris le coût des avantages sociaux futurs.

b) Comptabilisation des produits

L'ACFC rapproche ses produits des coûts d'exploitation. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre de passif à court terme (produits reportés) sur l'état de la situation financière.

Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts d'exploitation de l'exercice en cours tout en tenant compte des coûts cotisés pour l'exercice précédent par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année conformément au paragraphe 18(1) de la *Loi*. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts d'exploitation.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC cotisent au Régime de pensions de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. Le montant de la cotisation de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés et il peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des engagements contractuels au titre du régime de pension de l'Agence et elles sont imputées aux comptes de l'exercice. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

iii) Prestations de cessation d'emploi

Dans le cadre d'un régime de prestations de cessation d'emploi, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines prestations conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des prestations est régulièrement établi par calcul actuariel et il s'accumule au fur et à mesure que les employés rendent les services ouvrant droit aux prestations de cessation d'emploi.

Le coût des prestations de cessation d'emploi est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des prestations au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés.

Pour les exercices au cours desquels aucun examen actuariel n'est effectué, la direction prépare une estimation du passif au titre des avantages sociaux futurs à la clôture des comptes en se fondant sur le dernier rapport actuariel et les renseignements courants concernant les employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne dépose pas les encaissements dans son propre compte bancaire et ne tire pas de chèques sur celui-ci. Les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un service bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire et étale sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations	Période d'amortissement
Matériel de bureau	4 ans
Mobilier et accessoires	7 ans
Matériel informatique	3 ans
Logiciels	5 ans
Améliorations locatives	moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail

3. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés des actifs, des passifs, des produits et des charges indiqués dans les états financiers. Au moment de la préparation de ces états financiers, la direction considérait que les estimations et les hypothèses étaient raisonnables. L'élément le plus important pour lequel on utilise des estimations et des hypothèses est la provision de l'Agence pour les avantages sociaux futurs. Cet élément de passif a été déterminé par calcul actuariel pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 et estimé par la direction pour l'exercice terminé le 31 mars 2003.

Pour les paiements au cours desquels aucun montant adjoint n'est efficace, la direction prépare une estimation du passif au titre des obligations sociales futures à la fin du compte en se fondant sur le dernier rapport d'activité et les versements adjoints provenant des employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne dispose pas des versements dans son propre compte bancaire et ne lui pas de dépenses au crédit. Les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor ou sont traitées autrement par le Canada garanti du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Le montant ne produit pas d'intérêt.

e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les modalités de cotisation établies par l'Agence et elles représentent une partie de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode pourcentage basée sur la durée de vie utile estimée des éléments d'actif de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations	Période d'amortissement
Matériel de bureau	4 ans
Matériel d'acquisition	7 ans
Matériel informatique	3 ans
Liquides	3 ans
Amortissement déductible	maximum de 25 pour cent ou 100 pour cent, selon le cas

3. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction établit ses estimations et évalue des hypothèses avant une incidence sur le montant des dépenses des actifs, des passifs, des produits et des charges indiqués dans les états financiers. Au moment de la préparation de nos états financiers, la direction considère que les estimations et les hypothèses sont raisonnables. L'élément le plus important pour lequel on utilise des estimations et des hypothèses est la provision de l'Agence pour les avantages sociaux futurs. L'élément de passif a été déterminé par la méthode actuarielle pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 et estimé par la direction pour l'exercice terminé le 31 mars 2005.

4. Avantages sociaux

Les cotisations patronales versées au Régime de pensions de retraite de la fonction publique sont estimées à 324 052 \$ pour l'exercice (2003 — 259 631 \$).

5. Immobilisations

Catégorie	Valeurs brutes comptables			Amortissement cumulé			Valeurs nettes comptables	
	Solde d'ouverture	Ajouts	Solde de fermeture	Solde d'ouverture	Charge d'amortissement	Solde de fermeture	2004	2003
Améliorations locatives	375 810 \$	7 033 \$	382 843 \$	116 227 \$	87 053 \$	203 280 \$	179 563 \$	259 583 \$
Mobilier et accessoires	392 884	40 550	433 434	74 084	56 815	130 699	302 735	318 800
Matériel de bureau	36 845	14 817	51 662	10 409	10 146	20 555	31 107	26 436
Matériel informatique	7 650	2 993	10 643	3 812	2 716	6 328	4 315	4 038
Logiciels	79 974	—	79 974	5 464	15 995	21 459	58 515	74 510
Total	893 163 \$	65 393 \$	958 556 \$	209 796 \$	172 525 \$	382 321 \$	576 235 \$	683 367 \$

6. Emprunt

L'ACFC finance ses activités courantes au moyen de fonds provenant du Trésor. Au 31 mars 2004, les conditions de l'accord de prêt étaient les suivantes, comparativement à l'exercice antérieur :

Principal	1 500 000 \$	(2003 — 1 350 000 \$)
Date d'échéance	23 février 2005	(2003 — 21 février 2004)
Taux d'intérêt	2,25 %	(2003 — 3,38 %)

L'intérêt est exigible à la date d'échéance et il est comptabilisé au titre des créditeurs et charges à payer.

7. Opérations entre entités apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des conventions de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre entités apparentées de l'Agence pour l'exercice sur les charges totales. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les entités apparentées.

Charges	2004	2003
Conseil du Trésor — Avantages sociaux	628 079 \$	507 813 \$
TPSGC — Locaux	467 388 \$	458 803 \$
TPSGC — Gestion et technologie de l'information	350 562 \$	557 500 \$
SADC — Services professionnels (gestion du centre d'appels)	259 369 \$	246 496 \$
Ministère des Finances — Intérêt sur emprunts auprès du Trésor	125 947 \$	101 668 \$
TPSGC — Services de traduction	123 245 \$	63 687 \$
BSIF — Services professionnels (services financiers)	110 008 \$	102 060 \$
BSIF — Services professionnels (services en ressources humaines)	92 525 \$	98 232 \$

À la fin de l'exercice, les montants dus aux (par les) entités apparentées susmentionnées sont les suivants :

Créditeurs/(débiteurs)	2004	2003
TPSGC — Gestion et technologie de l'information	(60 438) \$	136 000 \$
SADC — Services professionnels (gestion du centre d'appels)	70 726 \$	82 103 \$
Conseil du Trésor — Avantages sociaux	62 117 \$	— \$
Ministère des Finances — Intérêt à payer	3 462 \$	4 813 \$
TPSGC — Services de traduction	5 279 \$	6 784 \$
BSIF — Services professionnels (services en ressources humaines)	— \$	8 489 \$
BSIF — Services professionnels (services financiers)	— \$	8 820 \$

8. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des conventions de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux à bureaux.

Exercice se terminant le 31 mars	Conventions de services	Location-exploitation	Total
2005	123 464 \$	291 347 \$	414 811 \$
2006	100 465	291 347	391 812
2007	105 489	—	105 489
Total	329 418 \$	582 694 \$	912 112 \$

4. Avantages sociaux

Les avantages sociaux comprennent les dépenses de retraite, de santé et d'assurance-vie. Les avantages sociaux sont présentés dans le tableau ci-dessous.

5. Immobilisations

Catégorie	Valeurs brutes comptables			Amortissement cumulé			Valeurs nettes comptables	
	Solde d'ouverture	Ajouts	Solde de fermeture	Solde d'ouverture	Charge d'amortissement	Solde de fermeture	2004	2003
Immeubles	1 100 000 \$	100 000 \$	1 200 000 \$	1 100 000 \$	100 000 \$	1 200 000 \$	1 100 000 \$	1 100 000 \$
Matériel d'équipement	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$
Matériel informatique	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$
Matériel de transport	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$
Autres	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$	200 000 \$	100 000 \$	100 000 \$
Total	500 188 \$	60 493 \$	560 681 \$	200 790 \$	172 525 \$	373 315 \$	576 230 \$	463 367 \$

6. Emprunt

L'ACFC a obtenu un prêt de 100 000 \$ en 2003 pour financer ses opérations. Le prêt est remboursé en 10 annuités de 10 000 \$ par année.

Le prêt est remboursé par annuités. Les annuités sont composées de principal et d'intérêt. Le principal est remboursé en 10 annuités de 10 000 \$ par année. L'intérêt est calculé sur le principal restant dû.

7. Opérations entre entités apparentées

L'ACFC a des opérations avec des entités apparentées. Les opérations sont présentées dans le tableau ci-dessous.

- Les opérations avec des entités apparentées sont présentées dans le tableau ci-dessous.
- Les opérations avec des entités apparentées sont présentées dans le tableau ci-dessous.
- Les opérations avec des entités apparentées sont présentées dans le tableau ci-dessous.

En outre, l'ACEC continue de s'engager avec les autres acteurs du paysage des soins de santé afin de continuer à améliorer les conditions de travail des professionnels de la santé publique et de l'air-de-soins-présoins. Le Comité a également encouragé les professionnels de la santé à continuer d'être impliqués dans les décisions relatives à la mise en œuvre de la Loi sur l'accès à l'information. L'ACEC continuera de travailler avec les autres acteurs du paysage des soins de santé afin d'améliorer les conditions de travail des professionnels de la santé publique et de l'air-de-soins-présoins.

Charges	2004	2003
Salaires et honoraires	254 874,00	222 113,00
Régimes d'assurance	40 340,00	40 340,00
Autres dépenses administratives	100 740,00	100 740,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00

Le Comité a également encouragé les professionnels de la santé à continuer d'être impliqués dans les décisions relatives à la mise en œuvre de la Loi sur l'accès à l'information.

Créditeurs/(débiteurs)	2004	2003
Salaires et honoraires	254 874,00	222 113,00
Régimes d'assurance	40 340,00	40 340,00
Autres dépenses administratives	100 740,00	100 740,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00
Autres dépenses administratives (autres que celles ci-dessus)	200 000,00	200 000,00

8. Engagements

Le Comité a également encouragé les professionnels de la santé à continuer d'être impliqués dans les décisions relatives à la mise en œuvre de la Loi sur l'accès à l'information. Le Comité a également encouragé les professionnels de la santé à continuer d'être impliqués dans les décisions relatives à la mise en œuvre de la Loi sur l'accès à l'information.

Exercice se terminant le 31 mars	Conventions de services	Location-exploitation	Total
2004	254 874,00	40 340,00	295 214,00
2003	222 113,00	40 340,00	262 453,00
Total	254 874,00	40 340,00	295 214,00

9. Sanctions administratives pécuniaires

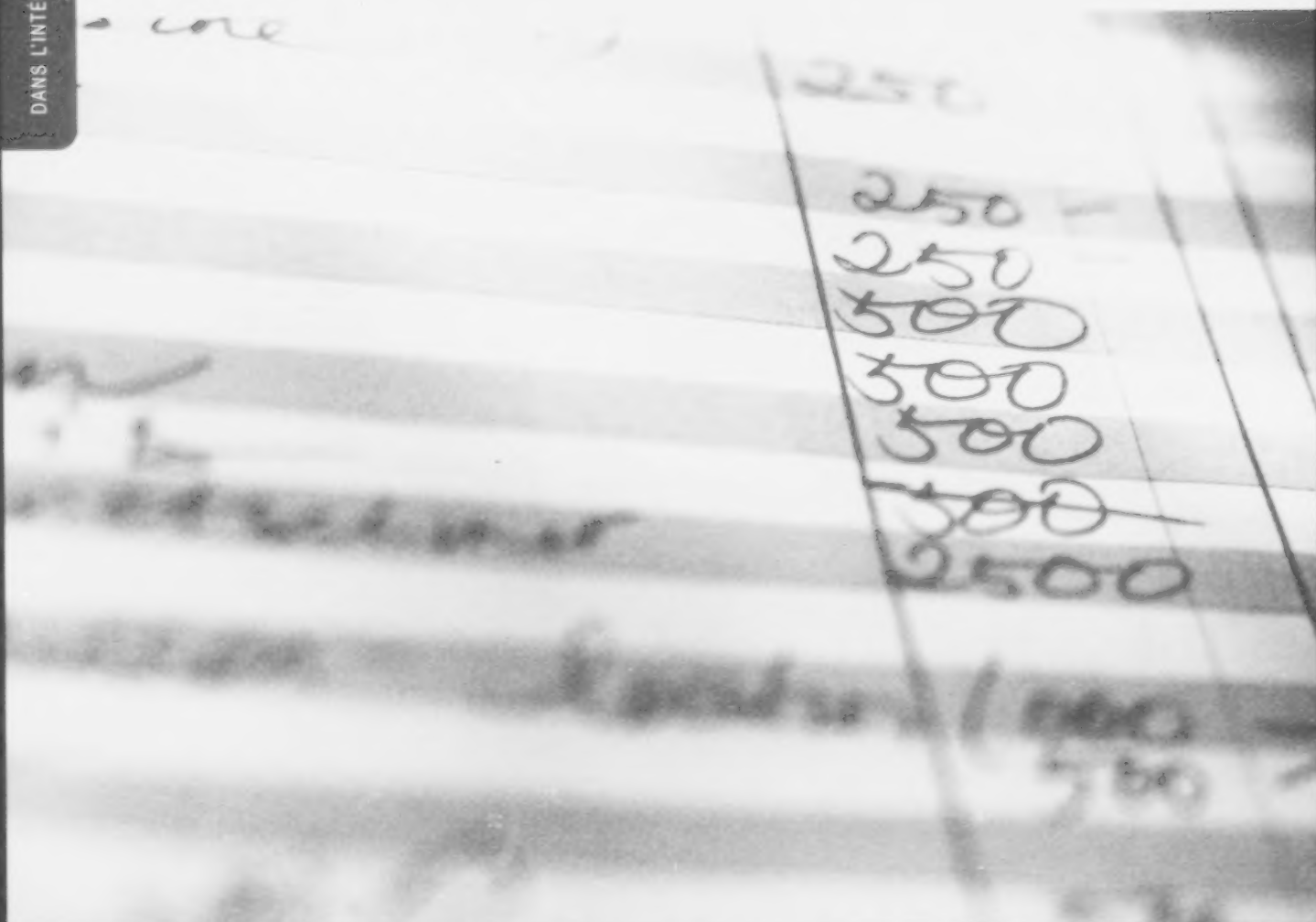
Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des sanctions administratives lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité conclue en vertu d'une loi énumérée à l'annexe 1 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*. La sanction peut représenter jusqu'à 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution.

Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, elles n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose à l'industrie pour financer ses coûts d'exploitation.

L'ACFC a perçu 17 000 \$ (somme nulle en 2003) de sanctions administratives pécuniaires pendant l'exercice 2003-2004.

10. Credit parlementaire

Pendant l'exercice 2003-2004, l'ACFC a reçu un crédit ponctuel de 36 000 \$ (aucun en 2003) pour financer des activités liées à l'initiative de la fonction moderne de contrôleur du gouvernement.



Glossaire

Cadre de conformité

Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions visant les consommateurs prescrites par la loi et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association de l'industrie et rendu public (par exemple dans son site Web), conçu pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille le respect des codes de conduite volontaires des institutions financières sous réglementation fédérale.

Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité

Déclaration que chaque grande institution financière est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration expose la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

Document déposé

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (*Loi sur les banques*, *Loi sur les associations coopératives de crédit*, *Loi sur les sociétés d'assurances* ou *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*).

Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC relativement à une question de conformité comme l'infraction présumée à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

Dossier en suspens

Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars.

Dossier ferme

Cas de conformité ayant fait l'objet d'une enquête par l'ACFC et dont le dossier était fermé au 31 mars.

Dossier ouvert

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC.

Engagement public

Engagement public pris par une institution financière ou une association de l'industrie (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille le respect des engagements publics des institutions financières sous réglementation fédérale.

Examen (annuel)

Examen mené par l'ACFC, une fois par année civile, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme de manière générale aux dispositions visant les consommateurs, qui lui sont applicables.

Examen (special)

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme à des dispositions spécifiques visant les consommateurs, qui lui sont applicables.

Lettre de réprimande

Mesure administrative prévue dans le Cadre de conformité de l'ACFC, qui peut être prise lorsqu'une violation commise par une institution financière se rapporte à un problème isolé et a des répercussions limitées sur le consommateur, mais n'exige pas de procès-verbal de violation. Au moyen d'une lettre adressée à l'institution financière en cause, le commissaire fait état de la violation et confirme que des mesures correctives appropriées ont été mises en œuvre.

Non-respect

À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte est fondée et que les mesures prises par l'institution financière en cause ne respectent pas les conditions du code de conduite volontaire qui lui est applicable ou d'un engagement public qu'elle a pris.

Plainte à signaler

Plainte relative à une disposition visant les consommateurs, transmise par l'institution financière à l'échelon « à signaler » de la procédure de traitement des plaintes de l'institution. Le Cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informent l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le Cadre) liée à une disposition visant les consommateurs.

Procédure de traitement des plaintes

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada.

Procès-verbal de violation

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Le commissaire peut aussi publier la nature de la violation.

Respect (d'un code de conduite volontaire ou d'un engagement public)

À l'issue d'une enquête menée relativement à une plainte par l'ACFC, les mesures prises par l'institution financière en cause sont jugées compatibles avec le code de conduite volontaire de l'institution ou l'engagement public présidant aux mesures prises.

Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur a demandé à l'ACFC de ne pas poursuivre son enquête relativement à la plainte ou parce que le consommateur n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour poursuivre son enquête.

Sanction administrative pécuniaire

Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer, et dont le montant peut atteindre 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution. Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur; la gravité du tort cause; et les antécédents de l'auteur.

Vente liée avec coercition

Pratique soumettant un particulier à des pressions injustifiées ou à des mesures coercitives pour l'obliger à acquérir un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du *Règlement sur les violations désignées* (*Agence de la consommation en matière financière du Canada*).



Annexe B

Dispositions et règlements visant les consommateurs

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives de crédit.

Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières fédérales assujetties à chaque disposition.

Types de dispositions visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)	X	X	X	X
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail	X			
Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC	X			
Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur) <i>N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.</i>	X			
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone 14 jours suivant l'ouverture du compte	X	X		X
Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement des chèques du gouvernement	X	X		X
Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation des grandes institutions (capitaux propres de 1 milliard de dollars ou plus) de déposer des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter d'une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X	X	X	X
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes		X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X			

Types de dispositions visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation des institutions de divulguer de l'information aux consommateurs, comme le prescrit la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indexés et les politiques concernant la retenue sur les chèques)	X	X	X	X
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs	X	X	X	X

Questions connexes	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics de l'industrie (par exemple les codes concernant les cartes de débit ou les petites et moyennes entreprises)	X	X	X	X
Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature	X	X	X	X
Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire, au besoin	X	X	X	X
Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport	X	X	X	X
Capacité à conclure des ententes de conformité	X	X	X	X
Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC	X	X	X	X
Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives	X	X	X	X

[illegible]

Types de dispositions visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X

Questions connexes	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X
Exercice de l'initiative de l'acheteur de l'initiative de l'acheteur	X	X	X	X

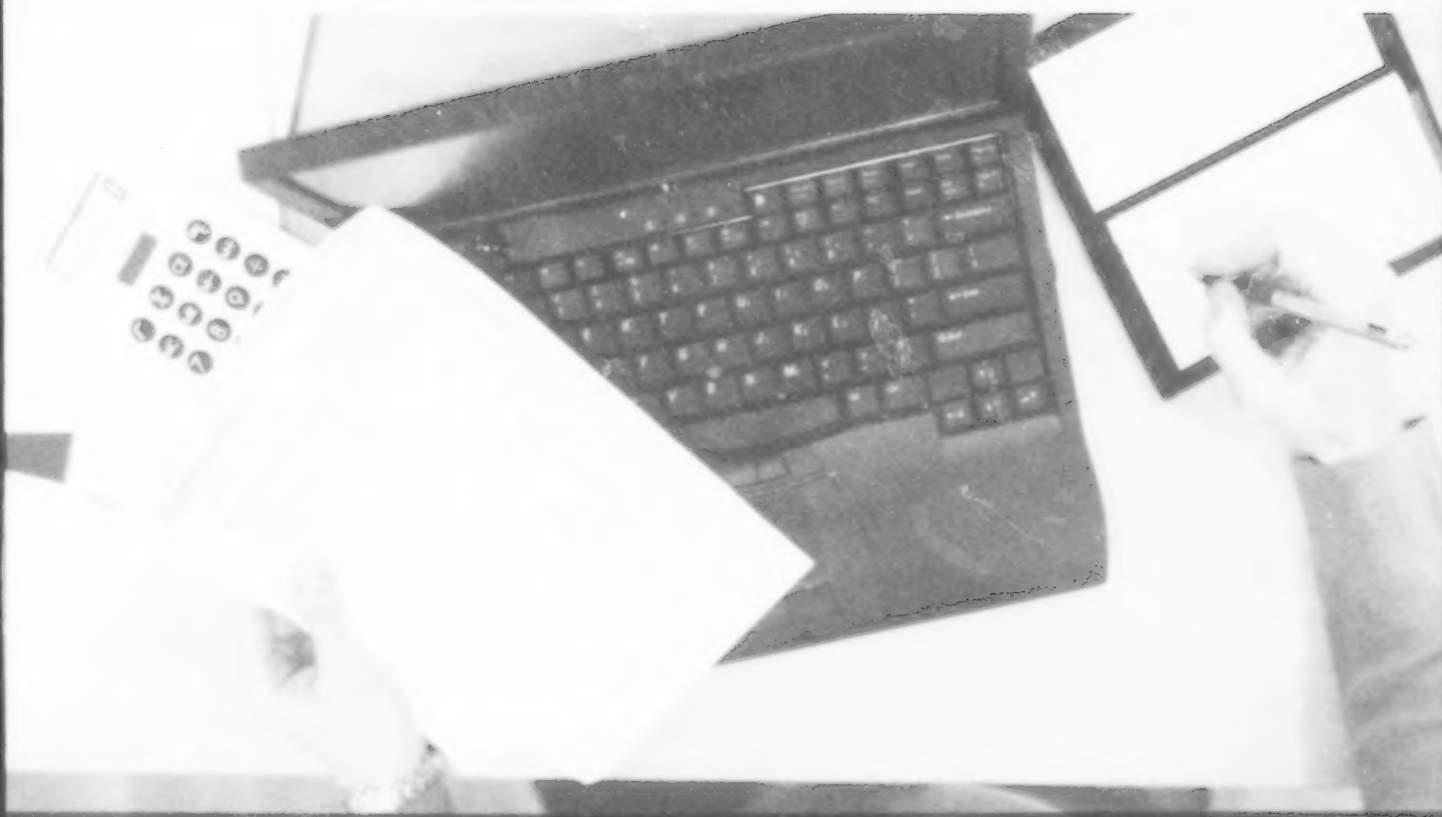
CCOL

Annexe C

État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2004

Titre des règlements	État	N° de référence
<i>Règlement sur l'accès aux services bancaires de base</i>	en vigueur	DORS/2003-184
<i>Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques)</i>	en vigueur	DORS/2002-39
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/2001-370
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)</i>	en vigueur	DORS/2001-371
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)</i>	en vigueur	DORS/2001-373
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)</i>	en vigueur	DORS/2001-372
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2001-374
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2001-375
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/2002-262
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (banques)</i>	en vigueur	DORS/2001-101
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)</i>	en vigueur	DORS/2001-102
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)</i>	en vigueur	DORS/2001-103
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2002-263
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2001-104
<i>Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/99-278
<i>Règlement sur la communication des frais (banques)</i>	en vigueur	DORS/92-324
<i>Règlement sur la communication des frais (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2003-297
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/1999-272 modifié par DORS/2001-468
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)</i>	en vigueur	DORS/1992-321 modifié par DORS/2001-469
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2003-298
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/1992-322 modifié par DORS/2001-470

Titre des règlements	État	N° de référence
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-471
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	en vigueur	DORS/2001-472
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-299
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-473
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2001-474
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2002-101
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs	en vigueur	DORS/2002-102
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)	en vigueur	DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)	en vigueur	DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70
Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés	en vigueur	DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-133



Titre des règlements	État	N° de référence
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-471
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-472
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-473
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-474
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-475
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-476
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-477
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-478
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-479
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-480
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-481
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-482
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-483
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-484
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-485
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-486
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-487
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-488
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-489
Règlement sur le processus de nomination et de révocation des juges de première instance	1 ^{er} juillet	DORS 2003-490



Annexe D

Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées

Ce code présente les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel. Il traite de la formation, des renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

Code de pratique canadien des services de cartes de débit

Ce code décrit les pratiques de l'industrie et les responsabilités des consommateurs et de l'industrie. Il a pour objectif de protéger les consommateurs canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans lequel figurent les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec les PME.

Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien

Ces principes visent à guider les entreprises, les consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

Engagements publics

Cartes de crédit

Plusieurs institutions financières se sont officiellement engagées à protéger les consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent de la responsabilité des consommateurs en ce qui concerne les opérations frauduleuses.

Comptes à frais modiques

En février 2001, huit institutions financières canadiennes se sont engagées à offrir des comptes qui respectent les lignes directrices établies par le gouvernement fédéral, pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des services bancaires abordables.

Documents hypothécaires rédigés en un langage simple

Ces documents reflètent l'engagement des banques à accroître la clarté des documents hypothécaires résidentiels.

Engagement relatif au droit de résilier les dépôts indexés effectués par téléphone

Dans l'intérêt des consommateurs ayant effectué des dépôts indexés par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant leur achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

Engagement relatif aux services non sollicités

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés

Ces lignes directrices expliquent les modalités relatives au temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

N.B. Pour une définition des termes « code de conduite » et « engagement public », voir l'annexe A (Glossaire).





Dans l'intérêt des **Canadiens**

RAPPORT ANNUEL 2003-2004